



**SAN IGNACIO DE LOYOLA – ESCUELA ISIL**

**TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN**

**“Trabajo híbrido y su influencia en los resultados de ventas del visitador  
médico en Megalabs. Año 2022”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE:**

**Bachiller en Administración y Dirección de Negocios**

**Bachiller en Marketing e Innovación**

**PRESENTADO POR:**

Limo Giribaldi, Diego Armando - Marketing e Innovación

Purizaga Carrasco, Massiel Isabel - Administración y Dirección de Negocios

Razzeto Correa, Maurizio - Administración y Dirección de Negocios

**ASESOR:**

Dra. Roxana Alexandra Albarracín Aparicio

(ORCID - 0000-0002-6930-3718)

LIMA – PERÚ

2022

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

### **MIEMBROS DEL JURADO**

David Vidal Gutiérrez

Eduardo José Huertas Balladares

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Limo Giribaldi, Diego Armando, Identificado (a) con DNI N°76232955 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracin Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Purizaga Carrasco, Massiel Isabel, Identificado (a) con DNI N°43007229 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracin Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Razzeto Correa, Maurizio , Identificado (a) con DNI N°73793168 perteneciente al Programa de Administración y Dirección de Negocios, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracin Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

### DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:


- a) Somos los autores del documento académico titulado **“Trabajo híbrido y su influencia en los resultados de ventas del visitador médico en Megalabs. Año 2022 “**
- b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual no excede del 25% de similitud. Se ha respetado el uso de las normas internacionales en cuanto a citas y referencias.
- d) Declaramos conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha: Lima, 16 de diciembre del 2022

### Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Diego Armando	Limo Giribaldi,	76232955	
Massiel Isabel	Purizaga Carrasco	43007229	
Maurizio	Razzeto Correa	73793168	

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma
Roxana Alexandra	Albarracin Aparicio	41981490	

## **DEDICATORIA**

Le dedico este proyecto a mis padres Betty y Augusto y a mi hermano Diego, quienes son el motivo para crecer y ser cada vez mejor persona. A Jorge L.D.R. quien con tanto cariño me apoyo e incentivo a seguir mis estudios para superarme profesionalmente.

Dedico este proyecto a mi familia quien siempre ha sido mi soporte por siempre. A mi madre sobre todo pero en especial a mi hijo Massimo, quien por él tomé la decisión de convalidar mis estudios para poder crecer de manera profesional y ser un ejemplo para él en todos los sentidos a futuro.

Este proyecto se lo dedico a mi madre que estuvo siempre presente y me apoyó durante algunos días de ansiedad que pasaba por lo duro que fue trabajar durante esta investigación. Ella fue y será siempre mi soporte y motivación para poder seguir mejorando como profesional, pero, sobre todo, como persona.

## **AGRADECIMIENTOS**

A nuestra asesora metodológica, Dra. Roxana Albarracín Aparicio por su ayuda, su apoyo y motivación continua que nos brindó en cada sesión para lograr el desarrollo del presente trabajo de investigación.

A nuestras familias que nos brindaron su apoyo incondicional y nos demostraron su confianza en el logro de nuestros objetivos.

A todos los docentes de ISIL, quienes con sus enseñanzas en todos los cursos nos dieron los conocimientos para poder desarrollar cada aspecto de nuestro proyecto.

# ÍNDICE

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO	2
DEDICATORIA	5
AGRADECIMIENTOS	6
ÍNDICE	7
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	11
RESUMEN	13
ABSTRACT	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL	17
<b>1.1 Título del Proyecto</b>	17
<b>1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario</b>	17
<b>1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación</b>	17
<b>1.4 Alcance de la solución</b>	19
CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA	20
<b>2.1 Descripción de la realidad problema</b>	20
<b>2.1.1 Planteamiento del problema</b>	20
<b>2.1.2 Formulación del problema</b>	22
<b>2.1.3 Objetivos de investigación</b>	22
<b>2.1.4 Justificación de la investigación</b>	23
<b>2.1.5 Limitaciones de la investigación</b>	24
<b>2.1.6 Viabilidad de la investigación</b>	24
CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL	26
<b>3.1 Antecedentes</b>	26
<b>3.1.1 Antecedentes nacionales</b>	26
<b>3.1.2 Antecedentes internacionales</b>	27
<b>3.2 Marco teórico</b>	29
<b>3.2.1 Trabajo híbrido</b>	29
<b>3.2.2 Visitador médico</b>	36
<b>3.3 Definición de términos básicos</b>	42
CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES	44
<b>4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas</b>	44
<b>4.1.1 Hipótesis principal</b>	44

<b>4.1.2 Hipótesis derivadas</b>	44
<b>4.2 Operacionalización de variables</b>	44
<b>CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN</b>	46
<b>5.1 Diseño metodológico</b>	46
<b>5.2 Diseño muestral</b>	46
<b>5.3 Población</b>	47
<b>5.4 Muestra</b>	47
<b>5.5 Técnica de recolección de datos</b>	47
<b>5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información</b>	47
<b>5.7 Resultados</b>	48
<b>5.7.1 Análisis descriptivo</b>	48
<b>CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN</b>	73
<b>6.1 Alcance esperado</b>	73
<b>6.2 Descripción de la propuesta de innovación</b>	73
<b>6.3 Diagnóstico situacional</b>	74
<b>6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora</b>	76
<b>6.4.1 Planteamiento Matriz FODA</b>	76
<b>6.5 Presupuesto</b>	79
<b>CONCLUSIONES</b>	81
<b>RECOMENDACIONES</b>	82
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN</b>	84
<b>ANEXOS</b>	89



## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> ¿En qué medida considera usted que es importante realizar un Cronograma de Actividades Semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?	48
<b>Tabla 2</b> ¿En qué medida considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre Trabajo Presencial y en Trabajo Remoto?	49
<b>Tabla 3</b> ¿En qué medida considera usted que el Registro Virtual de Visitas en tiempo real contribuye con el Monitoreo y Control del área comercial?	50
<b>Tabla 4</b> ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de Ruta de Visitas?	51
<b>Tabla 5</b> ¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a qué médicos visitar de Forma Presencial y a que médicos visitar de Forma Virtual?	52
<b>Tabla 6</b> ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de Manera Efectiva su Agenda?	53
<b>Tabla 7</b> ¿En qué medida considera usted importante las Visitas Presenciales a los Médicos?	54
<b>Tabla 8</b> ¿En qué medida considera usted que son efectivas las "Visitas" mediante llamada telefónica, mensaje o chat a los Médicos?	55
<b>Tabla 9</b> ¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando Trabajo Híbrido?	56
<b>Tabla 10</b> ¿Qué rango le daría usted a la frecuencia de Capacitaciones Virtuales que realiza la empresa?	57
<b>Tabla 11</b> ¿En qué medida, considera usted que el Trabajo Híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?	58
<b>Tabla 12</b> ¿En qué medida, considera usted que sus Resultados de Ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la Pandemia del COVID19?	59
<b>Tabla 13</b> ¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el Trabajo Híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar Tiempo y Dinero?	60
<b>Tabla 14</b> ¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿Está dentro de lo propuesto en su Meta Anual?	61
<b>Tabla 15</b> Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar Trabajo Híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de Prescripciones Emitidas por sus médicos aumentan?	62
<b>Tabla 16</b> Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de Participación de Mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?	63

<b>Tabla 17</b> ¿En qué medida, considera usted importante poder realizar Trabajo Híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las Muestras Médicas del almacén?	64
<b>Tabla 18</b> ¿En qué medida considera usted que le resulta fácil lograr una "Visita" por video llamada?	65
<b>Tabla 19</b> Ante una eventualidad que dificulta salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida considera usted que el Trabajo Híbrido es una opción de reemplazo eficiente?	66
<b>Tabla 20</b> ¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que debe realizar por día?	67
<b>Tabla 21</b> Hipótesis principal	68
<b>Tabla 22</b> Hipótesis específica 1	69
<b>Tabla 23</b> Hipótesis específica 2	70
<b>Tabla 24</b> Hipótesis específica 3	71
<b>Tabla 25</b> Matriz FODA	76
<b>Tabla 26</b> Objetivo 1	77
<b>Tabla 27</b> Objetivo 2	78
<b>Tabla 28</b> Presupuesto del Plan de acción 1	79
<b>Tabla 29</b> Presupuesto del Plan de acción 2	80

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> ¿En qué medida considera usted que es importante realizar un Cronograma de Actividades Semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?	48
<b>Figura 2</b> ¿En qué medida considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre Trabajo Presencial y en Trabajo Remoto?	49
<b>Figura 3</b> ¿En qué medida considera usted que el Registro Virtual de Visitas en tiempo real contribuye con el Monitoreo y Control del área comercial?	50
<b>Figura 4</b> ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de Ruta de Visitas?	51
<b>Figura 5</b> ¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a qué médicos visitar de Forma Presencial y a que médicos visitar de Forma Virtual?	52
<b>Figura 6</b> ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de Manera Efectiva su Agenda?	53
<b>Figura 7</b> ¿En qué medida considera usted importante las Visitas Presenciales a los Médicos?	54
<b>Figura 8</b> ¿En qué medida considera usted que son efectivas las "Visitas" mediante llamada telefónica, mensaje o chat a los Médicos?	55
<b>Figura 9</b> ¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando Trabajo Híbrido?	56
<b>Figura 10</b> ¿Qué rango le daría usted a la frecuencia de Capacitaciones Virtuales que realiza la empresa?	57
<b>Figura 11</b> ¿En qué medida, considera usted que el Trabajo Híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?	58
<b>Figura 12</b> ¿En qué medida, considera usted que sus Resultados de Ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la Pandemia del COVID19?	59
<b>Figura 13</b> ¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el Trabajo Híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar Tiempo y Dinero?	60
<b>Figura 14</b> ¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿Está dentro de lo propuesto en su Meta Anual?	61
<b>Figura 15</b> Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar Trabajo Híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de Prescripciones Emitidas por sus médicos aumentan?	62

<b>Figura 16</b> Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de Participación de Mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?	63
<b>Figura 17</b> ¿En qué medida, considera usted importante poder realizar Trabajo Híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las Muestras Médicas del almacén?	64
<b>Figura 18</b> ¿En qué medida considera usted que le resulta fácil lograr una "Visita" por video llamada?	65
<b>Figura 19</b> Ante una eventualidad que dificulta salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida considera usted que el Trabajo Híbrido es una opción de reemplazo eficiente?	66
<b>Figura 20</b> ¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que debe realizar por día?	67

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo determinar de qué manera la modalidad del trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022. La investigación cuenta con un diseño descriptivo simple y correlacional, debido a que busca evidenciar la influencia que hay entre las variables del trabajo híbrido y los resultados de ventas del visitador médico. Tiene un tipo aplicada porque se propondrá una propuesta de mejora y un enfoque cuantitativo ya que busca cuantificar las variables propuestas. Para el análisis se usó como herramienta de recolección de datos un cuestionario con un total de 20 preguntas, las cuales buscaron determinar la influencia entre el trabajo híbrido y los resultados de ventas del visitador médico, el cual se aplicó a una muestra de 103 trabajadores del área comercial y marketing de la empresa investigada. Tras el análisis de los resultados obtenidos se obtiene una significancia bilateral de .000. y un coeficiente de correlación de Pearson de 66% lo cual determina que si hay influencia del trabajo híbrido en los resultados de ventas a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022.

**Palabras clave:** Visitador médico, industria farmacéutica, herramientas tecnológicas, influencia trabajo híbrido, resultados de ventas, área comercial.

## ABSTRACT

The objective of this research work is to determine how the hybrid work modality influences the sales results by Megalabs medical sales representatives in the year 2022. The research has a simple descriptive and correlational design, because it seeks to demonstrate the influence that exists between the variables of hybrid work and the sales results of the medical visitor. It has an applied type because an improvement proposal will be proposed and a quantitative approach since it seeks to quantify the proposed variables. For the analysis, a questionnaire with a total of 20 questions was used as a data collection tool, which sought to determine the influence between hybrid work and the sales results of the medical visitor, which was applied to a sample of 103 workers from the commercial and marketing area of the investigated company. After analyzing the results obtained, a bilateral significance of .000 was obtained. and a Pearson correlation coefficient of 66%, which determines that there is an influence of hybrid work on the sales results by Megalabs medical sales representatives in the year 2022.

**Keywords:** Medical visitor, pharmaceutical industry, technological tools, hybrid work influence, sales results, commercial area.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022. La pandemia del COVID19, trajo consigo una nueva modalidad de trabajo que para los visitantes médicos resultó un cambio rotundo ya que su trabajo es principalmente en campo visitando a los médicos en sus consultorios. Este cambio y esta nueva modalidad de trabajo influyeron en los resultados de los objetivos de ventas de la empresa farmacéutica Megalabs y en la cuota establecida para cada uno de los colaboradores en el puesto de visitador médico. El objetivo de la investigación es conocer de qué manera es percibida la influencia del trabajo híbrido en el trabajo de la fuerza de ventas de la empresa en mención.

El presente estudio se compone de seis capítulos. En primer lugar, se detalla la información general del proyecto, como el título, el área estratégica y la actividad económica donde se desarrolla y aplica la investigación, así como también el alcance de la solución propuesta.

En el capítulo dos se encuentran los detalles del problema, objetivos y finalmente justificación del proyecto. Por ello, se examinarán las limitaciones y viabilidad de esta misma.

En el capítulo tres se detallan los estudios previos, las principales bases teóricas que fundamentan la investigación realizada a través de un constructo teórico, así como los términos básicos más relevantes.

El capítulo cuatro incluye la hipótesis general y las específicas, las cuales se muestran en la matriz de consistencia y han sido sometidas a contrastaciones mediante la estadística. En tal sentido, esta incluye la operacionalización, que permitió diseñar los instrumentos o herramientas para poder responder a las preguntas de investigación.

El capítulo cinco, detalla el diseño metodológico aplicado en el cual se presentan las características de la investigación, la selección de la muestra, la técnica aplicada con las cuales se recopiló la información, las estadísticas derivadas de la aplicación de las herramientas de recolección de datos empleadas, lo cual permitirá realizar un análisis completo de lo obtenido. Adicional a ello se cuenta con las pruebas estadísticas usadas para contrastar la hipótesis propuesta.

Finalmente, en el capítulo seis, se encuentra la propuesta de innovación sugerida para el problema encontrado, presentando los hitos más destacados del proyecto. Para concluir, se ofrecen conclusiones del estudio y del cual se desprenden las recomendaciones sugeridas.



## **CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL**

### **1.1 Título del Proyecto**

TRABAJO HÍBRIDO Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS DE VENTAS DEL VISITADOR MÉDICO EN MEGALABS AÑO 2022.

### **1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario**

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de análisis y mejora de procesos y operaciones, debido a que, el trabajo híbrido; impuesto en gran medida como protocolo de prevención del COVID19 en el segundo año de pandemia; influyó directamente en los resultados de ventas en las empresas farmacéuticas donde su principal recurso humano son los visitantes médicos.

Se determinará con esta investigación los cambios y limitaciones en el proceso de Visita Médica. Asimismo, se analizarán los efectos en el cumplimiento de la cuota meta de ventas asignada por la gerencia comercial a los visitantes médicos. Por último, se buscará analizar la organización y desarrollar procesos de mejora para esos resultados de ventas y hacer del trabajo híbrido, una modalidad de trabajo más cómoda y productiva.

### **1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación**

La actividad económica en la cual se desarrollará la investigación es en el área de marketing y comercial, exactamente dirigida al equipo de propaganda médica - visitantes médicos, de Megalabs y a sus resultados de ventas.

El visitante médico con el pasar de los años fue modificando su manera de trabajar, en los años 90 solo se trataba de una visita al doctor recordando el producto y no

había la competencia que hay ahora; sin embargo, hoy en día es mucho más complejo. Esto se debe a que el trabajo consta, además de la visita médica, en visitar farmacias, investigar a la competencia y sus precios en el mercado, planes de trabajo con objetivos a corto, mediano y largo plazo con cuotas mensuales.

Entonces, si en la actualidad, con todo lo que implica este rubro, se cambia al trabajo híbrido. ¿Qué impacto tiene en el visitador médico? ¿Cómo visitar clientes y vender de manera digital? ¿Cómo visitar al médico y proyectarle el producto? ¿se puede conseguir mayor cobertura de visita al día ya que no se pierde tiempo en llegar al punto?

La empresa objeto de estudio tiene una fuerte presencia en el sector farmacéutico, teniendo el 13% de la participación en el mercado, según las prescripciones de recetas médicas. Adicionalmente, se conoce que el total de venta de productos farmacéuticos desde enero hasta julio del 2022 redondean los 743.64 millones, un 1.54% más en comparación al acumulado de ventas durante estos meses en el año pasado, por lo que podemos decir que este mercado farmacéutico sigue en crecimiento (IMS Health,2022)

Teniendo en cuenta estos datos, se busca que la investigación determine la influencia del método de trabajo híbrido que se está implementando desde el 2022 dentro de los equipos de propaganda médica en los laboratorios farmacéuticos, de esta manera podremos mejorar este método de trabajo continuamente y brindarle las herramientas adecuadas al equipo de propaganda médica para seguir desempeñando su labor de manera exitosa.

#### **1.4 Alcance de la solución**

La localización de la solución de mejora será aplicada a los colaboradores de la empresa farmacéutica objeto de estudio, exactamente a los colaboradores en el puesto de Visitador Médico que contribuirá en gran medida a fortalecer el proceso y resultados de ventas de Megalabs. Posteriormente, se buscará replicar dicha solución hacia las demás empresas del sector que cuenten con esta tipología de fuerza de ventas y se encuentren en Lima Metropolitana en el año 2022.

## CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

### 2.1 Descripción de la realidad problema

#### 2.1.1 Planteamiento del problema

Las empresas, a nivel mundial, optaron por implementar novedosos métodos de trabajo debido a que existía la posibilidad de un contagio del virus COVID-19, que, en los inicios de su propagación, no se podía permitir. Junto con el avance de la tecnología en las herramientas de comunicación y las limitaciones de trabajo presencial por el distanciamiento social que se decretó obligatorio para la prevención del contagio, se hizo posible laborar desde casa, trayendo consigo algunas ventajas y desventajas tanto para el colaborador como para el empresario. El trabajo remoto o híbrido es definido como “una modalidad de empleo organizada, colaborativa y planificada, que permite trabajar desde el hogar, oficinas compartidas (*coworking*) o cualquier lugar diferente a una oficina y en la mayoría de los casos no obedece a horarios definidos sino a tareas u objetivos a cumplir”. (Alcázar,2020, p.1.)

En Perú esto no ha sido distinto, si bien aún hay empresas que debido a la actividad económica manejan sus procesos de manera tradicional, el trabajo híbrido ya es una realidad en distintos rubros del mercado peruano. “Según DNA Human Capital, el modelo será implementado en el 73% de las empresas peruanas en 2022”. (Infomercado, 2022). Las ventajas, para las empresas, de usar esta modalidad es que pueden reducir costos y tiempo, aumentar la productividad de un equipo y potenciar la innovación de los trabajadores, entre otras, sobre todo en los rubros que no son industriales. Por estas razones, muchas empresas han decidido implantar parcialmente y algunas otras en su totalidad, este tipo de trabajo, ya que “la pandemia de COVID-19 sigue siendo «una emergencia de salud

pública de interés internacional (PHEIC)», dijo Tedros Adhanom Ghebreyesus, jefe de la Organización Mundial de la Salud (OMS) durante una conferencia de prensa el 19 de julio”. Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2022) con esto entendemos que la pandemia aún está lejos de terminarse, incluso se esperan nueva ola causada por variantes del virus.

En el área comercial farmacéutica, el visitador médico es el nexo entre el laboratorio farmacéutico y los médicos. La actividad principal del visitador médico es relacionarse con médicos, enfermeras, encargados de farmacia y personal administrativo / logístico para la distribución y la venta de los nuevos medicamentos de los laboratorios que representa. Las visitas cara a cara, algo tan importante para la construcción de la relación y confianza entre el médico y el visitador médico, han en gran medida desaparecido por la crisis del Covid-19 que ha forzado a los países a requerir de los ciudadanos el aislamiento social y a las empresas a utilizar el trabajo remoto o híbrido. Esto influye directamente en los resultados en las ventas, las prescripciones y la cobertura de visita, que son 3 indicadores para poder evaluar los resultados de un visitador médico.

El presupuesto que las compañías farmacéuticas dedican al marketing digital se dispara, mientras se reduce el presupuesto destinado a actividades presenciales. Se han creado grandes campañas y unidades digitales para aumentar el uso de plataformas digitales de conocimiento, campañas de correos masivos, webs, webinars y visitas virtuales. Los visitadores médicos tienen el reto de adaptarse a una nueva realidad para conseguir el equilibrio entre los canales virtuales y los canales presenciales.

Tal es el caso de Megalabs, dónde se viene aplicando el trabajo híbrido desde Julio 2020 con nuevas herramientas digitales, pero no tienen desarrollado un proceso ágil y didáctico para facilitar las actividades de los visitantes médicos y lograr sus metas de ventas de una manera dinámica y cercana con sus clientes los médicos. Según los reportes de teletrabajo del año anterior, las comunicaciones de los visitantes con los médicos mediante las diferentes herramientas digitales se hacen tediosas y molestas para ambos. Si aplicamos un proceso mejorado se logrará una comunicación cercana y de esta manera podremos mejorar el nivel de productividad de la empresa.

## **2.1.2 Formulación del problema**

### **2.1.2.1 Problema general**

¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022?

### **2.1.2.2 Problemas específicos**

¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los montos finales de ventas de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022?

¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en las prescripciones a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022?

¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en la cobertura de visitas a cargo de los visitantes médicos de Megalabs en el año 2022?

## **2.1.3 Objetivos de investigación**

### **2.1.3.1 Objetivo general**

Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados

de ventas a cargo de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

#### **2.1.3.2 Objetivos específicos**

Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los montos finales de ventas de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en el aumento o disminución de las prescripciones a cargo de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en la cobertura de visitas a cargo de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

#### **2.1.4 Justificación de la investigación**

##### **2.1.4.1 Justificación teórica**

Con el presente trabajo, se busca avalar la investigación a través de información relevante y antecedentes que ayuden a comprender y encontrar relación entre el trabajo de calidad remota y los resultados finales (Cuota Vs. Venta) del representante médico. Así mismo, se requiere de información de primera mano de los colaboradores y el médico para conocer los pro y contras que pueden tener en el proceso de la actividad diaria que realiza el visitador y la manera en la que el médico prefiere que se dé la visita remota para no incomodar al cliente y seguir fortaleciendo la relación para la prescripción de los productos.

##### **2.1.4.2 Justificación metodológica**

Es fundamental la elaboración de este estudio, ya que nos permite obtener resultados que nos servirán para respaldar la hipótesis planteada en la

investigación. Con esto se puede determinar los objetivos a trazar para proponer cambios en el área de Marketing (Propaganda Médica), por consiguiente, implementar capacitaciones y nuevos métodos de contacto con el médico para así complementar la cobertura diaria que se le exige.

#### **2.1.4.3 Justificación práctica**

El proyecto tiene una justificación práctica debido a que se busca que los resultados de la investigación se puedan usar para poder gestionar nuevas plataformas de contacto remoto con el médico y facilitar la productividad de cada colaborador de la empresa, sin perder la cercanía con su cliente, para que puedan ver el trabajo híbrido como un complemento y no una barrera.

#### **2.1.5 Limitaciones de la investigación**

Existen estudios acerca del trabajo híbrido, así como de la visita médica. Sin embargo, no existe un estudio específico que enlace a ambas variables, dado que no existe una pandemia como precedente o un estado de emergencia similar al vivido los últimos dos años, por lo cual, se considera una investigación inédita que contribuirá con la producción del conocimiento. También se tiene limitaciones de acceso a la información, ya que los resultados de ventas forman parte de los informes financieros como Resultados de Ganancias y Pérdidas o DJ anual, asimismo la información del área comercial es muy resguardada por las empresas farmacéuticas debido al temor de filtración de información hacia su competencia. Por último, al contar con personal de todas las edades entendemos que la toma de muestra puede tener opiniones muy variadas.

#### **2.1.6 Viabilidad de la investigación**

La presente investigación tiene factores de viabilidad importantes, nuestro equipo de investigación está conformado por integrantes con experiencia profesional en



el área comercial del rubro farmacéutico. La limitación de acceso a la información tanto financiera como comercial es superada ya que uno de los investigadores trabaja específicamente en el puesto de Visitador médico en la empresa Megalabs, y puede facilitar información de resultados de ventas, cuotas comerciales y procesos de visita médica, con el fin de aportar a la presente investigación.

## CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

### 3.1 Antecedentes

#### 3.1.1 Antecedentes nacionales

Bazán y Pocomucha (2021) en su investigación de título: Trabajo remoto y rendimiento laboral del colaborador del área de ventas en Teleatento del Perú S.A.C. tuvo como objetivo determinar la relación entre el trabajo remoto y rendimiento laboral de los colaboradores de ventas de Teleatento del Perú S.A.C., Ate 2021; la metodología que utilizaron fue de enfoque cuantitativo y de un diseño no experimental transversal. En cuanto a la muestra fue conformada por 82 colaboradores, aplicando el muestreo por conveniencia a 50, quienes fueron objeto de estudio para poder recolectar los datos. El método para la extracción de información utilizada fue a través de la encuesta usando de por medio la herramienta del cuestionario. Se obtuvo un Rho de Spearman de 0,626, lo que significa una correlación positiva considerable; así mismo el nivel de significancia fue de 0,000; es decir menor a 0.05 el cual quiere decir que existe relación significativa entre el Trabajo Remoto y Rendimiento Laboral de los colaboradores del área de ventas de la Empresa Teleatento del Perú S.A.C., Ate 2021. El autor, razona que, si la organización realiza un correcto planeamiento para ejecutar el trabajo remoto como un modo de reinversión para poder seguir posicionándose en el mercado, no tendrá un impacto negativo en el rendimiento laboral del colaborador del área de ventas.

Porcel (2021) En su investigación de título: Trabajo remoto y el desempeño laboral en el contexto COVID 19 en un distrito judicial - Cusco cuyo objetivo fue determinar la relación entre el trabajo remoto y el desempeño laboral en un distrito judicial – Cusco 2021, siendo la hipótesis general de investigación “existe relación entre el

trabajo remoto y el desempeño laboral” y la hipótesis nula “no existe relación entre el trabajo remoto y la productividad laboral en un distrito judicial Cusco”. El estudio fue de tipo descriptivo, nivel correlacional y con enfoque cuantitativo, la muestra está conformada por los trabajadores del distrito judicial, siendo 169. Para el cálculo de la fiabilidad se aplicó el coeficiente de Alfa de Cronbach indicando para ambas una alta confiabilidad. Se aplicó la prueba de Rho de Spearman, encontrando un coeficiente de correlación de Spearman; la autora concluye que el trabajo remoto se relaciona de manera significativa con el desempeño laboral de los trabajadores de un distrito judicial – Cusco.

Correa (2021) En su investigación de título: Trabajo remoto y estrés laboral de los colaboradores de una empresa de venta de seguros de salud, Chiclayo 2021, cuyo propósito fue desarrollar una investigación sobre el teletrabajo y el estrés laboral en el contexto de pandemia por el Covid-19 que también viene afectando a las empresas de seguros. Para ello, el objetivo de su investigación fue determinar la relación entre el desarrollo del trabajo remoto y el estrés de los colaboradores de la empresa de venta de seguros. Utilizó el método de investigación cuantitativa de nivel descriptivo-correlacional, no experimental y de corte transversal, la autora aplicó dos cuestionarios validados a una población de 280 colaboradores de una empresa de seguros que desarrolla sus operaciones en Perú. Los resultados mostraron una mediana correlación entre el desarrollo del teletrabajo y el estrés laboral de los colaboradores de la empresa; el coeficiente de correlación de Spearman es de 0,65, siendo estadísticamente significativo.

### **3.1.2 Antecedentes internacionales**

Ramos, Ramos y Tejera (2020) En su investigación de título: Teletrabajo en tiempos de Covid-19, cuyo objetivo fue determinar las características del

teletrabajo en Ecuador, tomando en cuenta la situación de emergencia sanitaria dada por el Covid-19 y las relaciones entre estas características identificadas, en cuanto a la metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, no experimental, correlacional. A una población compuesta por los ciudadanos de Ecuador con una muestra de 459 personas. Los resultados principales mostraron que el 70% indicó que formaba parte del sector educación, el 50% fue de género masculino, el 96% indicó tener educación universitaria de pre y postgrado. El 92% indicó que vivía solo, el 50% dijo que vivía con hijos menores y el 25% refirió que tiene un espacio privado para trabajar en la casa.

Rodríguez (2021) en su investigación de título: Definición de estrategia de trabajo en casa en empresas del sector comercial en la pandemia y en la post pandemia (COVID19), cuyo objetivo fue definir estrategias de trabajo en casa en empresas del sector comercial en la pandemia y en la post pandemia (Covid-19), se realizó un diagnóstico de la situación actual, luego se diseñó una propuesta para la implementación del trabajo en casa, después se desarrollaron acciones de la propuesta de implementación. El tipo de investigación es aplicada, el proyecto tuvo un enfoque mixto tanto cuantitativo como cualitativo. La encuesta se realizó a 24 empresas del sector comercial colombiano por medio de un cuestionario online de Google. Para determinar la población a encuestar se utiliza el muestreo no probabilístico por conveniencia. Los resultados principales mostraron que el 50% dijo estar de acuerdo en que la empresa le brinda capacitaciones para desempeñar su trabajo en casa, el 58.3% está totalmente de acuerdo con que la empresa cuenta con aplicaciones de comunicación para desarrollar trabajo en casa y el 33.3% está totalmente de acuerdo con que la empresa le da la tecnología adecuada para realizar trabajo en casa.

## **3.2 Marco teórico**

### **3.2.1 Trabajo híbrido**

#### **Trabajo presencial**

El trabajo es aquella actividad que demanda una exigencia física y mental de una persona para recibir algún bien a cambio, en su mayoría dinero. Esto le permitirá al individuo poder cubrir sus necesidades básicas y pertenecer a un estrato social dependiendo de los ingresos que reciba. Méda (2007) "Es el principal medio de subsistencia y ocupa una parte esencial de la vida de los individuos" (p.17). La autora expresa en esta investigación que el trabajo es la manera principal de poder subsistir dentro de la sociedad actual.

El trabajo existe desde las épocas más antiguas donde las funciones eran la recolección de comida, la fabricación de armas para la caza y la confección de prendas para abrigarse. Neffa (2003) indica que:

La actividad más importante consistía en la recolección de alimentos como (frutas y raíces) sin que fueran el resultado de un previo trabajo agrícola; se trataba de la actividad de los "recolectores", sedentaria y caracterizada por una cierta regularidad a lo largo del año dada por los estacionales. (p.13)

Según el autor podemos afirmar que los primeros trabajos eran con la finalidad de cumplir necesidades primordiales, como la alimentación y el vestido. Con el pasar de los años y de la historia, aparecen más trabajos ya no tan primitivos como construcciones utilizando poleas y grúas. Con el avance tecnológico se crean nuevas formas y herramientas de trabajo revolucionando el mundo, utilizando computadores y calculadores convirtiendo a las personas más eficientes y operativas. El trabajo se encuentra regulado en el Perú mediante el Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo.

## **Trabajo remoto**

Se conoce como trabajo remoto al hecho de laborar en un lugar el cual no es una oficina, puede ser desde tu casa o un lugar distinto al que suele ir un trabajador a laborar. Es considerado novedoso ya que en la mayoría de las horas de la jornada laboral o en su totalidad, este proceso se puede hacer a través de tu ordenador u otros dispositivos electrónicos, dando como resultado que el operario disponga de mayor tiempo para sus quehaceres del hogar.

Martínez (2012) atestigua que:

El teletrabajo es una idea que surge en Estados Unidos en 1957; sin embargo, conforme ha evolucionado la tecnología se le ha enfocado principalmente a tareas que tienen que ver con el tratamiento de la información y que pueden realizarse sin supervisión personal continua. (p.145)

La autora plasma en su artículo el origen y el año de inicio de la modalidad del teletrabajo como idea, además menciona que a medida que ha pasado el tiempo, el avance tecnológico ha ido en aumento y esto ha servido para realizar tareas importantes en áreas en la cual manejan y procesan información y no necesitan ninguna supervisión. Así mismo, Chirinos y Panta (2014), nos indican que “El teletrabajo es una actividad que requiere el uso de las tecnologías de información para desarrollar funciones fuera del lugar de trabajo de manera completa o alternada, la cual implica una flexibilidad de horarios y relaciones laborales” (p.28). En este aspecto, se podría decir que el teletrabajo regularmente se hace participe como método de trabajo solo un par de días a la semana, mientras que al operario se le suele exigir jornadas laborales de tiempo completo. Así mismo, La Organización Internacional del Trabajo, 2006, como se cita en Montalvo (2020) nos señala que:

Es una forma de trabajo en la cual, el mismo se realiza en “una ubicación alejada de una oficina central o instalaciones de producción, separando así al trabajador del contacto personal con colegas de trabajo que estén en esa oficina y la nueva tecnología hace posible esta separación facilitando la comunicación”. (p.123)

Se da a entender de que el trabajo remoto se puede realizar en cualquier lugar menos dentro de lo que se considera la oficina tradicional de una empresa, de esta manera se evita el contacto físico con otros operadores y esto se puede realizar debido al constante avance de la tecnología que facilita la comunicación.

Antes de que el Perú fuera azotado por la pandemia, muy pocas empresas optaron por utilizar el método de trabajo remoto y en algunos casos como ciertos laboratorios transnacionales, permiten a sus colaboradores poder laborar desde casa un viernes al mes si es que las cuotas ya habían sido cumplidas. A raíz de la llegada del coronavirus, la actividad económica se paralizó en el país, es por esto por lo que muchas empresas empezaron a apostar por el teletrabajo con la finalidad de que las funciones de los operarios siguieran en marcha desde la comodidad y seguridad de sus casas.

Delgado (2020) nos declara que:

El “trabajo remoto” en el Perú surge como medida excepcional y temporal a raíz del estado de emergencia derivado de la amenaza de Covid-19, y en ese sentido, se plantea qué trabajadores pueden aplicar a este sistema de trabajo a fin de cumplir sus labores desde sus domicilios, en la medida que sea posible, al fin de preservar la estabilidad en el empleo, la productividad del empleador y evitar mayores riesgos de contagio en el centro laboral o durante su traslado protegiendo a los trabajadores y a sus familias frente a los contagios del Covid-19. (p.73)

Se interpreta del autor que el trabajo remoto es una medida excepcional y temporal que llega para brindar estabilidad al trabajador al poder realizar sus labores desde casa y de esta forma tanto el operario como el empleador no pierden productividad y se minimiza el riesgo de contagios que se pueden contraer dentro de un centro laboral, protegiendo de esta forma a los trabajadores y sus familias con contacto estrecho.

Actualmente se estima que después de la llegada del coronavirus, cada vez más empresas eligieron como una opción preventiva el trabajo remoto, algunas se han quedado permanentemente con este método de trabajo y otras han preferido variar los días en las que se emplea esta modalidad, convirtiéndose en trabajo híbrido, esto ha ayudado en cierta parte a reducir el estrés que se genera en los trabajadores al estar dentro de una oficina por periodos largos de tiempo, además que no están expuesto a peligros externos como robos, accidentes de tránsito, asaltos, etc.

### **Flexibilidad laboral**

Según la Real Academia Española, la flexibilidad está relacionada con la capacidad de adaptación a los cambios de acuerdo con las necesidades que se presenten. En el ámbito laboral es una temática relacionada con el trabajo y que se concibe como una herramienta para el mejor desempeño empresarial.

En ese marco, López (2007), la conceptualiza como la “disminución del tiempo de trabajo y con ello a ganar más disponibilidad para la vida familiar y el tiempo libre” (p.1). El mismo autor señala que se puede distinguir dos tipos de flexibilidad:

La flexibilidad interna alude a la obtención de adaptabilidad del recurso humano a través de la modificación de las condiciones de trabajo



previamente pactadas en el contrato individual de trabajo. La flexibilidad externa se refiere a la ocupación empresarial de mano de obra fuera del esquema de contrato de trabajo de duración indefinida, mediante el reconocimiento legal de modalidades de trabajo que permiten disponibilidad fácil y barata del despido como forma de adecuar el personal contratado a las variaciones de la demanda. (p.6)

Se interpreta del autor que el primer tipo de flexibilidad busca asociar la idea de adaptabilidad del trabajador a un nuevo formato donde el trabajo y la organización y el uso de sus tiempos, se lleve a cabo sin la modificación de los derechos y obligaciones laborales que se pactaron en el contrato de trabajo inicial, pero generando mejoras productivas y competitivas para la organización, y una mejor calidad de vida para los recursos humanos. Es decir, que permita alcanzar un equilibrio entre las necesidades organizacionales y de los empleados.

Por otro lado, según De la Garza (2000), atestigua que “El ‘modelo japonés’ de flexibilidad interna implica la aplicación de cambios en la organización del trabajo: trabajo en grupos, polivalencia, achatamiento de las pirámides de mando, reducción de niveles y cambios en el rol de las jefaturas” (p.133). Con esto el autor quiere decir que la flexibilidad interna también abarca también la estructura organizacional y los procesos o funciones asignadas, modificándose grupos de trabajos, sus tareas, niveles y roles de jefaturas o áreas de trabajo.

Según Ensignia y Yáñez (1999), la flexibilidad laboral involucra la capacidad de adaptación a situaciones cambiantes internas y externas a la empresa. Es por ello por lo que así también considera que la flexibilización productiva y laboral, puede entenderse como “el conjunto de las medidas adoptadas para que las empresas puedan responder al constante proceso de cambio, dando una respuesta en forma

oportuna en tiempo, calidad y costo, a fines de aumentar la eficiencia económica” (p. 99).

### **Jornada laboral**

El tiempo de trabajo es un tema clásico de estudios sobre las organizaciones, el trabajo, y su regulación, la relación entre empresarios y trabajadores desde el siglo XIX. En el Perú, la Constitución Política del Perú, ha establecido en su apartado 25° que la jornada ordinaria es de 8 horas y 48 horas semanales, además señala que el trabajador tiene derecho a descanso semanal y anual remunerado, al mismo tiempo se incluyen diferentes regímenes laborales especiales, como los del sector agrícola, minero, construcción civil, entre otros.

De acuerdo con Blancas y Anacleto (2005) indican que:

Existen dos tipos de jornadas; la ordinaria, que es la fijada por la Ley, esto es a la jornada legal que es de un máximo de 8 horas diarias y 48 horas semanales con excepción de la jornada para menores de edad, dispuesta también por norma legal y, la convencional, que es la que se fija por convenio de partes, a nivel individual entre el trabajador y empleador, o colectivamente por el conjunto de trabajadores o con intervención de su sindicato, con el empleador o conjunto de empleadores a condición de que no se supere el tiempo diario y semanal legal. (p.50)

En el marco de lo que es la jornada laboral, es preciso destacar que mucho se habla de la reducción de las horas laborales, con la finalidad de hacer más productiva y competitiva a la organización. En ese sentido, las innovaciones tecnológicas se han constituido en una herramienta que puede aportar a esa reducción de la jornada laboral. Sin embargo, existen algunos autores que manifiestan que esta reducción es riesgosa en el hecho de que puede generar

desempleo y es por tanto importante que la empresa y el estado, concuerden en medidas que no afecten a la relación recurso humano – organización.

### **Plataformas digitales**

La Organización Internacional del Trabajo (OIT, s. f.) menciona que:

El surgimiento de las plataformas digitales de trabajo ha supuesto uno de los cambios más importantes acontecidos en el mundo del trabajo en los últimos años. La economía de plataforma se basa en las plataformas en línea, en las cuales el trabajo se terceriza mediante convocatorias abiertas a una audiencia geográficamente dispersa (*crowd work*), y las aplicaciones (o *apps*) móviles con geolocalización, en las que el trabajo se asigna a individuos situados en zonas geográficas específicas.

Se precisa que cuando se menciona audiencia geográficamente dispersa, se refiere a que gracias a las plataformas digitales de trabajo no es necesario contratar a una persona que resida en la misma zona geográfica donde opera la compañía o donde se encuentra el cliente, y por el contrario cuando se usa plataformas digitales como las apps donde se aplica la geolocalización si es necesario que el empleado se encuentre en una ubicación geográfica específica como es en el caso de las apps de transporte y delivery..

Ginés y Gálvez (2016) por su parte, señala que:

La clave del éxito de las plataformas virtuales reside en la subdivisión del trabajo y en disponer de un gran número de trabajadores autónomos prestadores de servicios para garantizar, en todo momento, una oferta suficiente para la cobertura de la demanda. Así dichas empresas más allá de la propia web o App, no disponen de trabajadores por cuenta ajena ni de

infraestructura productiva necesaria para la prestación del servicio en un momento previo a la contratación, sino que contratan en el momento en que se produce la demanda o solicitud de servicio. (p. 6)

A través de estas plataformas virtuales se descentraliza un servicio toda vez que se va a convocar a todas aquellas personas que deseen prestar dicho servicio de forma autónoma, es decir, sin la existencia de alguna clase de subordinación. Como sí sucede con los trabajadores habituales que prestan servicio fuera de una plataforma habitual.

### **3.2.2 Visitador médico**

#### **Marketing farmacéutico**

El marketing farmacéutico involucra principalmente las visitas a los consultorios de los médicos, entrega de muestras médicas dependiendo del medicamento que se promociona, también se considera dentro del marketing farmacéutico las capacitaciones, congresos, simposios, entre otros eventos donde especialistas de renombre a nivel mundial, comparten y discuten sus conocimientos con otros médicos invitados por las empresas farmacéuticas.

Pariñas (2022), nos indica que:

Los elementos importantes para la implementación de un adecuado plan estratégico de marketing farmacéutico son: Educación médica continúa impartida por la industria farmacéutica, entrega de MM por especialidad, el uso del plan promocional, las actividades y cenas científicas. (p.15)

El autor concluye que el marketing farmacéutico, involucra un conjunto de estrategias y técnicas, con la finalidad de hacer llegar el producto, no solo a los establecimientos farmacéuticos, sino también al personal médico; de tal manera

que éstos puedan llegar al paciente, mediante la venta, por medio de los establecimientos farmacéuticos y también por la prescripción médica, que realiza el médico o por cualquier otro medio donde se dedique a la venta o elaboración de los productos farmacéuticos. Por lo tanto, es lógico que, en el marketing farmacéutico, se busque la necesidad de los pacientes para satisfacer su salud y bienestar.

De otro lado, Marrodán (2015) cita a Calvo (1995), quien menciona que existen cinco elementos que forman parte del marketing farmacéutico;

- a) La Administración reguladora; que es la que se encarga de controlar la producción de los productos farmacéuticos. Existen diversas leyes que regulan todo lo relacionado con la creación de estos productos. (p.13)
- b) La Industria; que está constituida por todos los laboratorios de productos medicinales. Cabe señalar que la competencia entre ellos es cada vez mayor siendo éste un aspecto que beneficia de cierto modo al público dado que la competencia se manifiesta en la necesidad de crear un servicio cada vez mejor para diferenciarse de los competidores y generar una imagen positiva. (p.13)
- c) Los farmacéuticos; que son quienes influyen en la decisión final de compra de medicamentos y esto se da por diversos motivos entre los cuales podemos distinguir: la falta de tiempo y recursos que sufre el público razón por la cual no pueden acceder muchas veces a la consulta médica, por comodidad, por confianza al farmacéutico, por el alto costo de productos de determinados laboratorios, entre otros. (p.13)
- d) Los médicos; hasta hace pocos años, éstos eran los únicos influyentes a la hora de elegir la marca, pero hoy en día, se exige a los médicos que se considere también los medicamentos genéricos, no solo para que

estos sean más accesibles al público, sino también para que la salud de algún modo se democratice. (p.14)

- e) Los pacientes son el fin último del marketing farmacéutico. Todos los productos que se comercializan son pensados por y para él. Si bien muchas veces el paciente no tiene muchas posibilidades de elegir entre una marca u otra, es él quien transmitirá al médico los efectos que el medicamento le provoca y de ser positivos, la relación con el laboratorio y el medicamento es lo que inconscientemente puede darle al paciente esperanzas de una pronta recuperación. (p. 15)

Se entiende la importancia de estos elementos y la relación de ellos como una cadena de abastecimiento debidamente regulada, en el caso del Perú no solo por la Dirección General de Medicamentos - DIGEMID, sino también por la reglamentación de aduanas a cargo de la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria - SUNAT, cabe resaltar la gran cantidad de empresas farmacéuticas tanto nacionales como extranjeras que se encuentran en el mercado y la competitividad de estas, por lo que el proceso de marketing farmacéutico es muy exhaustivo.

### **Promoción y ventas**

En el área comercial, es importante cumplir las metas de ventas que espera la compañía durante un periodo específico, por lo que la gestión de promoción y ventas a cargo de los representantes de ventas debe ser guiada y enfocada a los objetivos económicos de la empresa.

Vashi y Latkowski (2012) dicen que:

El visitador médico es un profesional que trabaja en compañías farmacéuticas para difundir y divulgar información científica de los productos farmacéuticos que le han sido asignados; por lo cual, poseen conocimientos técnico –científicos relacionados con los productos que promociona, utiliza técnicas de venta adaptadas al rubro farmacéutico, tienen cualidades necesarias para brindar servicios acordes a las exigencias del segmento que atiende y realizan contactos directos con los profesionales facultados para prescribir. (p.3)

Para gestionar la actividad de promoción y ventas en las compañías farmacéuticas, concordamos con el autor con que el visitador médico debe ser capacitado y tener la información suficiente de los productos farmacéuticos que va a promocionar para esto los laboratorios fabricantes facilitan material impreso y digital, así como congresos y charlas. De igual forma las empresas también realizan capacitaciones enfocadas en las técnicas de ventas y el objetivo comercial para mantener capacitados a los visitantes médicos en todos los aspectos. Por otro lado, las promociones o estrategias enfocadas a generar ventas son en su mayoría con ofertas únicas, repartición de cupones por compras, brindando regalos a los clientes, plantear sorteos, etc.

Por su parte, Florian (2017) cita dentro de su investigación a Joseph y Mantrala (2009) quienes indican que “la VMF proporciona información detallada acerca de la eficacia del fármaco y sus contraindicaciones” (p.21). Es preciso mencionar que el tiempo que se toma el visitador médico con el doctor es en promedio de 5 min. Durante este laxo presenta los medicamentos al profesional, entre uno a tres medicamentos, dando informes y estadísticas del producto; asimismo, en ocasiones entrega muestras médicas gratis para que el médico pueda a su vez regalarlas a los pacientes y estos puedan probarlas y ver sus resultados dentro del tratamiento prescrito.

Los resultados de la gestión de promoción de ventas en una empresa se evalúan durante y al finalizar el periodo establecido para cumplirla, para esto se utilizan ratios de medición y programas de medición de ventas que pueden ser desde una tabla de excel hasta un sistema de monitoreo los cuales se presentan en informes en reuniones periódicas del área comercial.

### **Medición de ventas**

Tello (2017) cita a Kotler (2003) quien habla sobre *Market Share* programa que examina la participación de mercado de una empresa a la que se quiere investigar, es sumamente fundamental ya que ayuda a darnos cuenta de qué tipo de competidores se enfrenta la empresa, y ayuda a conocer cuál es la posición de la misma en el mercado, y qué estrategias debería tomar. (p.34) Esta data es un índice macro de la participación de la empresa en todo el mercado donde se desarrolla en segmentos previamente definidos, demuestra resultados para determinar el cumplimiento de los objetivos de la empresa y para establecer nuevos objetivos en periodos futuros.

Saltos (2015) indica que:

La Estrategia de Ventas establece el número de clientes a los que el vendedor debe contactar (por día, semana o mes) para llegar a ese mercado meta. En todo caso, ambas estrategias son necesarias. etc. Todas estas se encuentran enfocadas a conseguir los objetivos planteados como metas. (p.19)

Como menciona el autor, otro indicador es medir el número de clientes en general ya sean médicos, químicos farmacéuticos, entre otros que fueron contactados en las visitas que realiza el vendedor, se puede establecer en periodos semanales o mensuales según la periodicidad de la evaluación de la eficiencia y cumplimiento de la meta que establezca el área comercial.



## **Productos Farmacéuticos**

Lema S. (2015) nos postula que los medicamentos son recursos fundamentales, de mucha importancia dentro del rubro social y específicamente la salud de la población, por lo cual la dificultad de su obtención compromete directamente la vida del paciente. Asimismo, manifiesta que:

Las condiciones que debemos evaluar para determinar el acceso a los medicamentos son la oportunidad (que el medicamento llegue en tiempo y forma para actuar correctamente en la evolución de la enfermedad), la calidad y cantidad, la efectividad y eficacia, el costo (debe permitir a los individuos su obtención sin ver afectadas sus condiciones de vida) y el nivel de información (adecuada y comprensible para los usuarios). Cuando todas estas condiciones son cumplidas podemos decir que existe un verdadero acceso al medicamento. (p. 83)

El autor indica que son varios factores los que influyen para poder indicar que una persona realmente tiene acceso a un medicamento, sin embargo todo inicia en el costo, no solamente del medicamento como producto terminado, si no también de las patentes para que mas laboratorios puedan realizar la fabricación, partiendo de estos elevados montos es que en la industria farmacéutica se establecen monopolios temporales que influyen directamente en el precio del medicamento terminado y enlentecen la introducción de la competencia al mercado.

De acuerdo con Rabanal y Tantaleán (2021) que citan a Chang (2005):

Los medicamentos OTC son aquellos productos, que para su dispensación y adquisición no necesitan de una prescripción médica. Dentro de estos se tiene: a los analgésicos, antiinflamatorios y antipiréticos, llamados AINEs, los antigripales, vitaminas, antimigrañosos, etc. Estos medicamentos, se

dispensan sin prescripción médica, puesto que el cuadro clínico o la sintomatología que presenta el paciente no necesita de la intervención quirúrgica, cuyo uso y dosis sigue siendo condicional a la sintomatología presentada por el paciente. Los medicamentos dispensados sin una receta médica, se les llama también, *Over-the-Counter* (de venta libre), OTC o *Under the Counter* (por debajo del mostrador) (p. 13)

Todos estos se pueden adquirir sin necesidad de ver a un profesional de la salud ya que su aplicación y dosis sigue siendo condicional a la sintomatología presentada por el paciente, la cual muchas veces son leves. Asimismo, las indicaciones y contraindicaciones de consumo están establecidas en los medicamentos. Los medicamentos que se pueden dispensar sin prescripción médica, son los utilizados para controlar el dolor: , algunos fármacos para la piel, vitaminas y minerales, medicamentos para hemorroides, medicamentos antitusivos, mucolíticos, descongestionantes nasales usados para la gripe común y la medicina antidiarreica.

Además, se encuentran los medicamentos que sí requieren de receta médica puesto que son más peligrosos o son relacionados a procesos quirúrgicos.

### **3.3 Definición de términos básicos**

**Trabajo remoto:** es una forma de realizar el trabajo en un espacio diferente a una oficina común, generalmente se realiza desde la casa u hogar del colaborador.

**Trabajo híbrido:** combina los aspectos del trabajo remoto y el trabajo tradicional en la oficina. Su principal característica es la flexibilidad y autonomía que ofrece a los empleados para cumplir con las tareas asignadas.

**Flexibilidad laboral:** es la autonomía que se le da a un trabajador para poder resolver situaciones como el horario de trabajo o espacio donde trabaja sin llegar a afectar su rendimiento frente a los objetivos de la empresa.

**Visita médica:** conjunto de actividades que el visitador médico realiza para informar, persuadir o recordar al profesional en salud, acerca de las características, ventajas y beneficios de los productos farmacéuticos que promociona.

**Prescripción médica:** acción de administrar medicamentos, realizar procedimientos médicos o actos quirúrgicos de acuerdo con normas, reglas o estrategias, criterios y lineamientos que hagan coherente la solución de los problemas del paciente con los conocimientos médicos.

**Cuota de ventas:** es una porción de la participación en el mercado, la posición que pretende alcanzar la empresa en términos de ventas.

**Zona de ventas:** conjunto de clientes actuales, antiguos y potenciales asignados a un determinado vendedor, distribuidor, etc. La zona de ventas tiene que estar localizada en un área que facilite su adecuada y rentable cobertura, quedando bien definidos sus límites geográficos.

## **CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES**

### **4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas**

#### **4.1.1 Hipótesis principal**

La modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

#### **4.1.2 Hipótesis derivadas**

La modalidad de trabajo híbrido influye en el monto final de cuota de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

La modalidad de trabajo híbrido influye en el número de prescripciones de los productos de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022.

La modalidad de trabajo híbrido influye en el promedio del número de visitas médicas (cobertura) de los representantes médicos de Megalabs en el año 2022.

### **4.2 Operacionalización de variables**

#### **Variable 1:**

#### **Trabajo Híbrido**

#### **Definición conceptual:**

Es una modalidad de trabajo que combina los aspectos del trabajo remoto y el trabajo en la oficina. Su principal característica es la flexibilidad y autonomía que ofrece a los empleados dentro del horario de trabajo.

#### **Definición operacional:**

Operacionalmente se entiende que el trabajo híbrido se orienta a tres dimensiones como la autonomía, la flexibilidad y el manejo responsable del tiempo.

**Variable 2:**

**Resultados de ventas del Visitador Médico**

**Definición conceptual:**

Es el objetivo final de la estrategia de marketing y publicidad; establecido por la empresa; de uno o más productos farmacéuticos orientados a los médicos e instituciones de salud.

**Definición operacional:**

Operacionalmente se entiende que los resultados de ventas del Visitador Médico se orientan a tres dimensiones como el monto final de la cuota, las prescripciones y la cobertura de visitas.

## CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

### 5.1 Diseño metodológico

**Tipo:** Es de tipo aplicada porque se busca brindar una solución práctica al problema de investigación a través de una propuesta de mejora sólida para la mejora del proceso de visita médica de Megalabs, empresa dedicada a la fabricación, comercialización y distribución de medicamentos.

**Enfoque:** Es de enfoque cuantitativo porque se cuantifican las variables propuestas por medio de un cuestionario para obtener análisis estadísticos y de esa manera se corroborar la hipótesis establecida. Esto ayudará a sustentar la hipótesis del trabajo investigado y dar soporte a la investigación realizada.

**Diseño:** El diseño de esta investigación es descriptiva ya que se describe de forma precisa lo que sucede en el entorno elegido, asimismo se tiene suficiente literatura para poder usar la teoría y aplicarla, asimismo, se puede utilizar la encuesta para la resolución de esta.

**Nivel:** Es de tipo correlacional porque se buscará demostrar la relación entre las variables de estudio intervinientes y así determinar cómo puede afectar el trabajo híbrido en los resultados de ventas del visitador médico.

### 5.2 Diseño muestral

La selección de la muestra está siendo determinada en orientación a la población total del área de visita médica de la empresa objeto de estudio, la cual está conformada por un grupo de trabajadores que laboran en dicho puesto. La muestra está conformada de manera natural ya que no se usarán herramientas de cálculos ni fórmulas para extraerla. La elección es a través del muestreo por conveniencia pues

se trata de un estudio previo que permitirá la implementación de una propuesta de mejora al problema identificado.

### **5.3 Población**

La población de estudio está conformada por la totalidad de los colaboradores en el puesto de Visitadores Médicos del área Comercial de la empresa puesta en investigación. La población asciende a 140 personas.

### **5.4 Muestra**

Según la calculadora de muestra, se determinaron 103 personas que podrán participar dentro del estudio, estas personas serán encuestadas para obtener los resultados necesarios y determinar el valor de la hipótesis.

### **5.5 Técnica de recolección de datos**

La técnica aplicada es la encuesta y la herramienta es el cuestionario que estuvo conformado por un total de 20 preguntas, las cuales tuvieron como objetivo determinar la influencia que tiene el trabajo híbrido con los resultados de ventas del visitador médico en Megalabs en cuanto a la herramienta de recolección de datos, el cuestionario, se les brindará a los trabajadores del área estudiada para recopilar la información necesaria para el análisis.

### **5.6 Técnicas estadísticas de procesamiento de la información**

Lo primero que se realizará es armar las preguntas del cuestionario orientadas a las variables detectadas en la matriz de consistencia, para posteriormente por medio de la herramienta de Google Forms hacerlas llegar a los trabajadores, una vez que se han obtenido las respuestas se derivarán al programa SPSS versión 28. Se ha

elegido una pregunta por cada dimensión que reflejen la realidad de la investigación y con ello se podrá analizar cada una de las frecuencias.

## 5.7 Resultados

### 5.7.1 Análisis descriptivo

**Tabla 1**

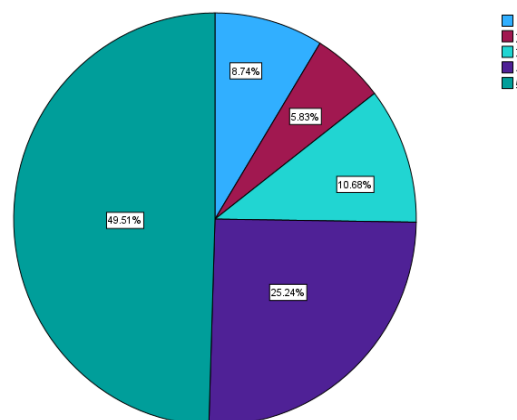
*¿En qué medida considera usted que es importante realizar un Cronograma de Actividades Semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?*

	N	%
1	9	8.6%
2	6	5.7%
3	11	10.5%
4	26	24.8%
5	51	48.6%

Nota: La tabla 1, muestra la importancia de realizar actividades semanales planificadas para la obtención de las metas propuestas.

**Figura 1**

*¿En qué medida considera usted que es importante realizar un Cronograma de Actividades Semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?*



Según los resultados se puede determinar que un 48.6% considera que el rango de importancia de realizar un cronograma de actividades semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe es muy alto, al mismo tiempo un 24.8 % lo considera



en un rango de importancia alto, esto en conjunto equivale a más de la mitad de encuestados, mientras que sólo un 5.7% menciona que es bajo. Con esto se puede deducir que los colaboradores piensan que sí es importante contar con un cronograma de actividades que ayude como una herramienta de organización y que permita el logro de los objetivos planteados por su jefe de área.

**Tabla 2**

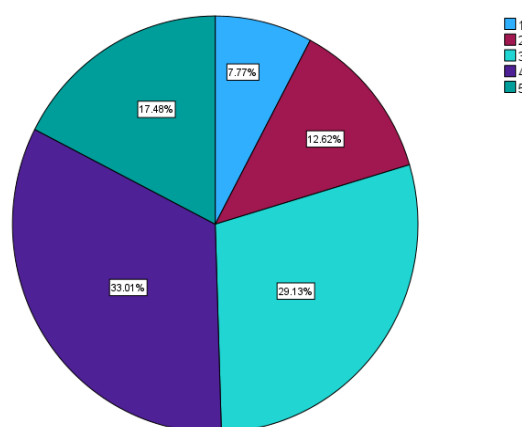
*¿En qué medida considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre Trabajo Presencial y en Trabajo Remoto?*

	N	%
1	8	7.6%
2	13	12.4%
3	30	28.6%
4	34	32.4%
5	18	17.1%

Nota: La tabla 2, muestra en qué medida el visitador médico considera tener autonomía para distribuir su carga laboral en trabajo presencial y remoto.

**Figura 2**

*¿En qué medida considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre Trabajo Presencial y en Trabajo Remoto?*



Según los resultados se puede determinar que un 32.4% considera que el rango de autonomía que tiene para distribuir su carga laboral entre trabajo presencial y trabajo remoto es alto, al mismo tiempo un 17.1% lo considera en un rango de autonomía

muy alto, esto en conjunto equivale a la mitad de encuestados, mientras que sólo un 12.4% menciona que es bajo y un 7.6% muy bajo. Con esto se puede deducir que los colaboradores consideran que, si tienen autonomía para distribuir su carga laboral y determinar qué días realizará trabajo presencial y que días trabajo remoto, esto dado a la flexibilidad brindada por su área.

**Tabla 3**

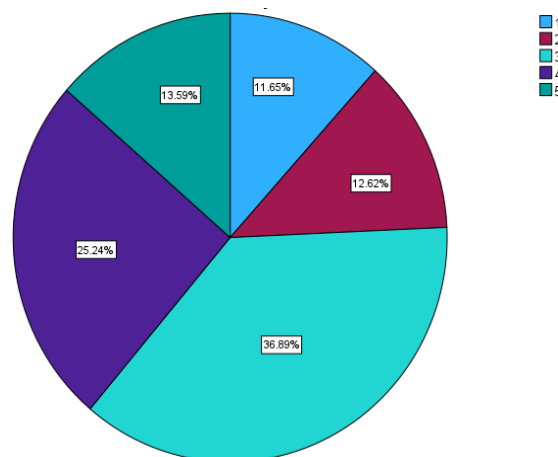
*¿En qué medida considera usted que el Registro Virtual de Visitas en tiempo real contribuye con el Monitoreo y Control del área comercial?*

	N	%
1	8	7.6%
2	13	12.4%
3	30	28.6%
4	34	32.4%
5	18	17.1%

Nota: La tabla 3, muestra en qué medida el visitador médico considera que su registro de visitas en tiempo real contribuye con el control del área.

**Figura 3**

*¿En qué medida considera usted que el Registro Virtual de Visitas en tiempo real contribuye con el Monitoreo y Control del área comercial?*



Los resultados determinan que un 32.4% considera que el rango de contribución del registro virtual de visitas en tiempo real con el monitoreo y control del área comercial es alto, seguido por un 28.6% menciona que el rango de contribución es normal. Por

otro lado, solo el 7.6% considera que el rango de contribución del registro virtual de visitas en tiempo real con el monitoreo y control del área comercial es muy bajo. Con esto se entiende que los colaboradores piensan que el registro virtual de visitas en tiempo real contribuye en gran medida al monitoreo y control del área comercial.

**Tabla 4**

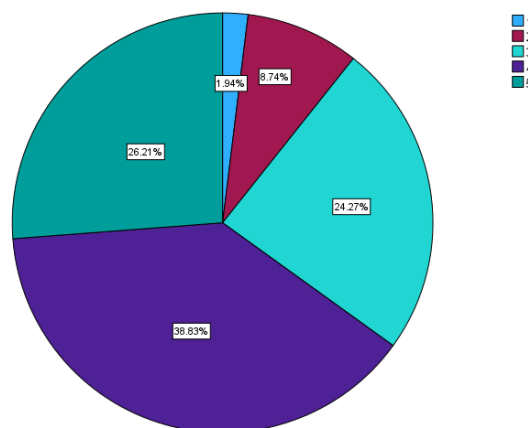
*¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de Ruta de Visitas?*

	N	%
1	2	1.9%
2	9	8.6%
3	25	23.8%
4	40	38.1%
5	27	25.7%

Nota: La tabla 4, muestra en qué medida el visitador médico considera que tiene flexibilidad para variar su hoja de ruta de visitas diarias.

**Figura 4**

*¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de Ruta de Visitas?*



Los resultados determinan que un 38.1% considera que la flexibilidad que tienen para variar su hoja de ruta de visitas es de medida alta, asimismo el 25.7% lo considera muy alto, mientras que solamente un 1.9% menciona que la flexibilidad que tienen para variar su hoja de ruta de visitas es muy baja. Con esto se entiende que los

colaboradores piensan en gran medida que cuentan con flexibilidad para variar su hoja de ruta de visitas determinando así, que se tiene facilidad con respecto a la validación de las actividades durante el día.

**Tabla 5**

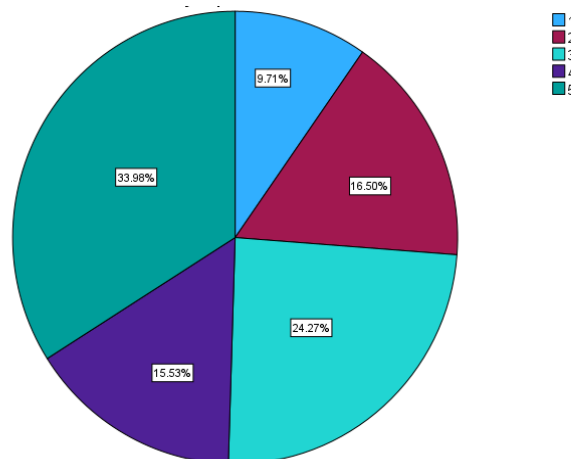
*¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a qué médicos visitar de Forma Presencial y a que médicos visitar de Forma Virtual?*

	N	%
1	10	9.5%
2	17	16.2%
3	25	23.8%
4	16	15.2%
5	35	33.3%

Nota: La tabla 5, muestra en qué medida el visitador médico considera que tiene flexibilidad para determinar a qué médico visitar de manera presencial y a que médico de manera virtual.

**Figura 5**

*¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a qué médicos visitar de Forma Presencial y a que médicos visitar de Forma Virtual?*



Los resultados determinan que un 33.3% considera que la flexibilidad que tienen para determinar a qué médicos visitar de forma presencial y a que médicos visitar de forma virtual, es de medida muy alto, mientras que el 23.8% considera esta flexibilidad como normal, y un 16.2% considera esta flexibilidad como baja, sumando los dos últimos

resultados podemos deducir que existe un número alto de colaboradores que no perciben flexibilidad en sus actividades para tomar esta decisión, dado que su respuesta es neutral a baja.

**Tabla 6**

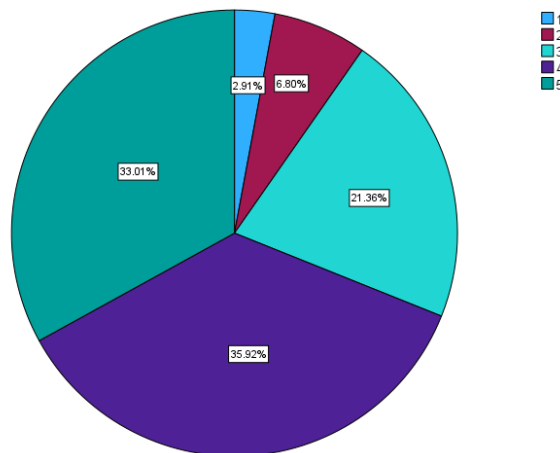
*¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de Manera Efectiva su Agenda?*

	N	%
1	3	2.9%
2	7	6.7%
3	22	21.0%
4	37	35.2%
5	34	32.4%

Nota: La tabla 6, muestra en qué medida el visitador médico considera que tiene flexibilidad para manejar de manera efectiva su agenda de trabajo.

**Figura 6**

*¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de Manera Efectiva su Agenda?*



Según los resultados se puede determinar que un 35.2% considera que la medida de la flexibilidad que tiene para manejar de manera efectiva su agenda es alta, seguido por un 32.4% que considera que la medida es muy alto, sumando ambos resultados se determina que esto equivale a más de la mitad de encuestados, asimismo el 2.9%

considera que la medida es muy baja, por lo que podemos deducir que los colaboradores piensan que sí cuentan con flexibilidad para la gestión de su agenda de trabajo.

**Tabla 7**

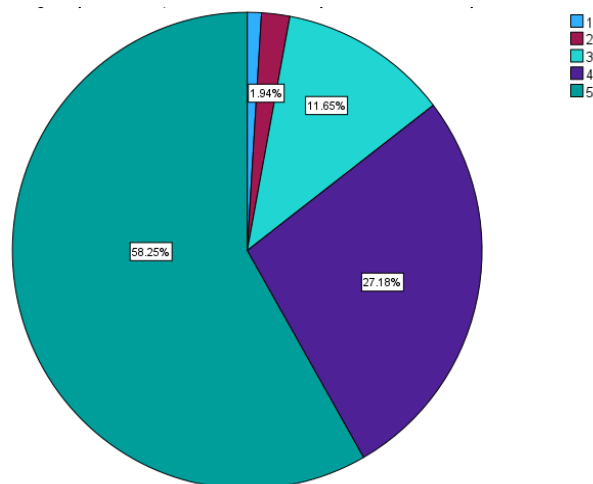
*¿En qué medida considera usted importante las Visitas Presenciales a los Médicos?*

	N	%
1	1	1.0%
2	2	1.9%
3	12	11.4%
4	28	26.7%
5	60	57.1%

Nota: La tabla 7, muestra en qué medida el visitador médico considera importante las visitas presenciales a sus médicos.

**Figura 7**

*¿En qué medida considera usted importante las Visitas Presenciales a los Médicos?*



Según los resultados se puede determinar que un 57.1% considera que la importancia de la visita presencial a los médicos es muy alto, se determina que más de la mitad de los encuestados considera sumamente importante las visitas presenciales a sus clientes, mientras que solo el 1% considera muy bajo y el 1.9% lo

considera bajo, la importancia de la visita presencial a los médicos. Se considera importante la visita presencial debido a que existe un vínculo entre el visitador médico y el médico que se podría perder de no hacerlo.

**Tabla 8**

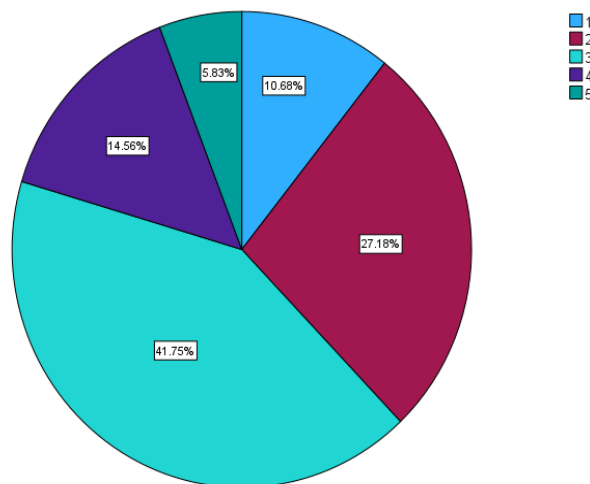
*¿En qué medida considera usted que son efectivas las "Visitas" mediante llamada telefónica, mensaje o chat a los Médicos?*

	N	%
1	11	10.5%
2	28	26.7%
3	43	41.0%
4	15	14.3%
5	6	5.7%

Nota: La tabla 8, muestra en qué medida el visitador médico considera efectivas las "visitas" mediante llamadas telefónicas, mensajes o chat.

**Figura 8**

*¿En qué medida considera usted que son efectivas las "Visitas" mediante llamada telefónica, mensaje o chat a los Médicos?*



Los resultados indican que solo el 5.7% de los encuestados considera que las visitas médicas que se realizan por llamada telefónica, mensaje o chat son altamente efectivas mientras que el 41% las considera normal y solo el 10.5% de las personas que participaron en la encuesta cree que la efectividad de este método de visita

médica es muy bajo. De esta manera, se puede deducir que gran parte del equipo de visita médica tiene tendencia a realizar este tipo de visitas mediante sus dispositivos electrónicos, considerando que podría ser una buena opción en caso no se pueda captar al médico de forma presencial.

**Tabla 9**

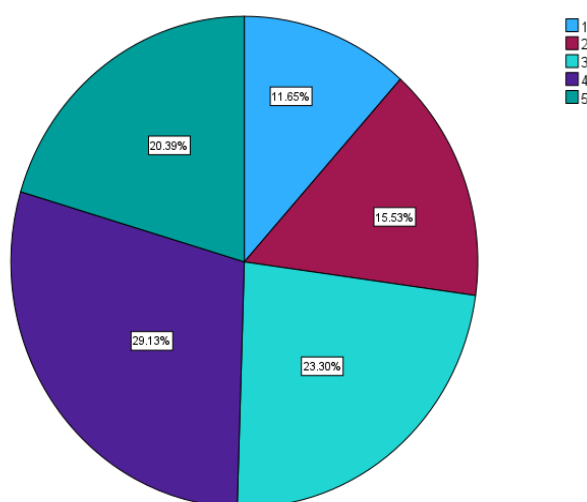
*¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando Trabajo Híbrido?*

	N	%
1	12	11.4%
2	16	15.2%
3	24	22.9%
4	30	28.6%
5	21	20.0%

Nota: La tabla 9, muestra en qué medida el visitador médico prefiere seguir realizando trabajo híbrido.

**Figura 9**

*¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando Trabajo Híbrido?*



Según los resultados se puede mostrar que el 20% prefieren en un nivel muy alto seguir realizando su labor mediante el método de trabajo híbrido, mientras que el 28.6% considera alto esta posibilidad, así mismo en un nivel normal lo considera el 22.9% de los encuestados. En un 15.2% y 11.4% prefieren en un nivel bajo y muy



bajo respectivamente su preferencia por seguir realizando trabajo híbrido. Se entiende entonces que la mayoría ve como alternativa actual el seguir realizando sus labores a través de este método de trabajo híbrido debido a que puede contribuir en gran medida con el ahorro de tiempo, recursos y accesibilidad a los médicos dentro de sus lugares de trabajo.

**Tabla 10**

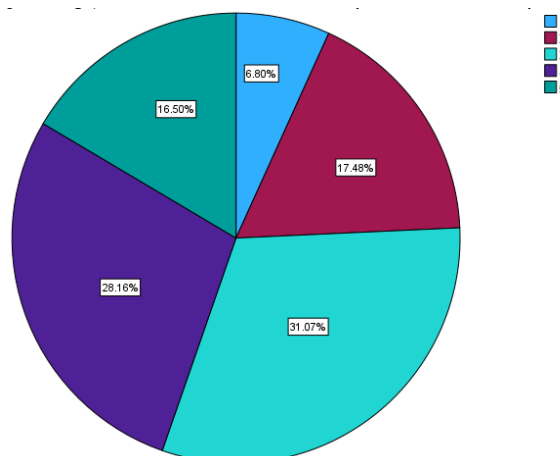
*¿Qué rango le daría usted a la frecuencia de Capacitaciones Virtuales que realiza la empresa?*

	N	%
1	7	6.7%
2	18	17.1%
3	32	30.5%
4	29	27.6%
5	17	16.2%

Nota: La tabla 10, muestra en qué rango el visitador médico considera la frecuencia de capacitaciones virtuales que realiza la empresa.

**Figura 10**

*¿Qué rango le daría usted a la frecuencia de Capacitaciones Virtuales que realiza la empresa?*



Los resultados explican que la mayoría de encuestados con un total de 30.5% considera en un rango normal la frecuencia de capacitaciones virtuales que realiza la empresa y otro porcentaje grande con 27.6% lo cree en un rango alto, por otra parte, un 17.1% y un 16.2% le da un rango bajo y muy alto respectivamente. Por

último, solo un 6.7% lo considera muy bajo. Esto demuestra que dentro del equipo de trabajo de visita médica la tendencia determina que en su mayoría si consideran importante las capacitaciones virtuales que realiza la empresa objeto de estudio, logrando así un alto nivel de satisfacción en el colaborador contribuyendo con su formación.

**Tabla 11**

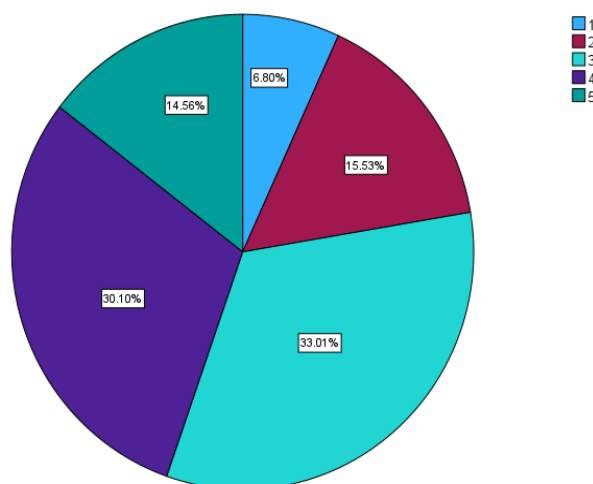
*¿En qué medida, considera usted que el Trabajo Híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?*

	N	%
1	7	6.7%
2	16	15.2%
3	34	32.4%
4	31	29.5%
5	15	14.3%

Nota: La tabla 11, muestra en qué medida el visitador médico considera que el trabajo híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del año.

**Figura 11**

*¿En qué medida, considera usted que el Trabajo Híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?*



Según los resultados encontrados el 32.4% determinó en un grado normal que el trabajo híbrido influyó en su índice de evolución en lo que va del año, mientras que

29.5% y 15.2% consideran alto y bajo respectivamente la influencia de este método de trabajo en su índice de evolución. Por último, un 14.3% creen muy alta su influencia y solo el 6.7% muy baja. Se entiende entonces que el trabajo híbrido en su mayoría ha influenciado en el índice de evolución de los visitantes médicos, abriendo una oportunidad para el desarrollo y normalización de este método de trabajo sin tener que verse afectados los vínculos con los doctores.

**Tabla 12**

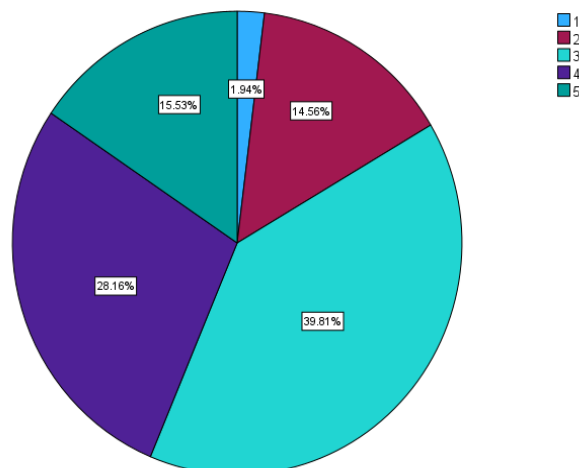
*¿En qué medida, considera usted que sus Resultados de Ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la Pandemia del COVID19?*

	N	%
1	2	1.9%
2	15	14.3%
3	41	39.0%
4	29	27.6%
5	16	15.2%

Nota: La tabla 12, muestra en qué medida el visitador médico considera que los resultados de ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajos desde la pandemia.

**Figura 12**

*¿En qué medida, considera usted que sus Resultados de Ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la Pandemia del COVID19?*



En los resultados se plasma que un 39% y 27.6% consideran normal y alta respectivamente que se vieron afectadas sus ventas por las nuevas modalidades de trabajo que se están empleando en la actualidad por el inicio del COVID 19. Además, un 15.2% lo considera muy alto y el 14.3% bajo. Por último, solo el 1.9% creen que sus ventas se vieron afectadas. Se puede deducir que las nuevas modalidades de trabajo han afectado las ventas de los visitantes médicos, por lo que es importante que se implemente un canal efectivo en el que se pueda hacer la propaganda médica al doctor y este se sienta cómodo al igual que el representante médico.

**Tabla 13**

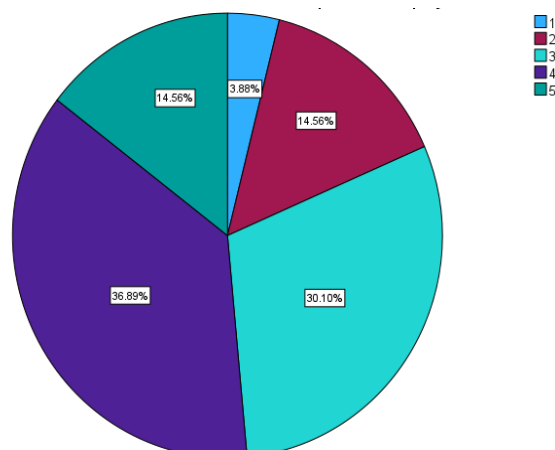
*¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el Trabajo Híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar Tiempo y Dinero?*

	N	%
1	4	3.8%
2	15	14.3%
3	31	29.5%
4	38	36.2%
5	15	14.3%

Nota: La tabla 13, muestra en qué rango el visitador médico considera que los resultados de ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajos desde la pandemia.

**Figura 13**

*¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el Trabajo Híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar Tiempo y Dinero?*



El 50 % aproximadamente está de acuerdo con la afirmación: el trabajo híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar tiempo y dinero, 36.2% indicó estar de acuerdo en un nivel alto y un 14.3% en un nivel muy alto, mientras que sólo menos del 20% considera que no están de acuerdo en un nivel bajo y muy bajo. Esto quiere decir que la mayoría de visitantes médicos, considera que el trabajo remoto o híbrido si es conveniente para ellos pero solo en ocasiones excepcionales ya que siguen priorizando el contacto directo y personal con sus clientes los médicos.

**Tabla 14**

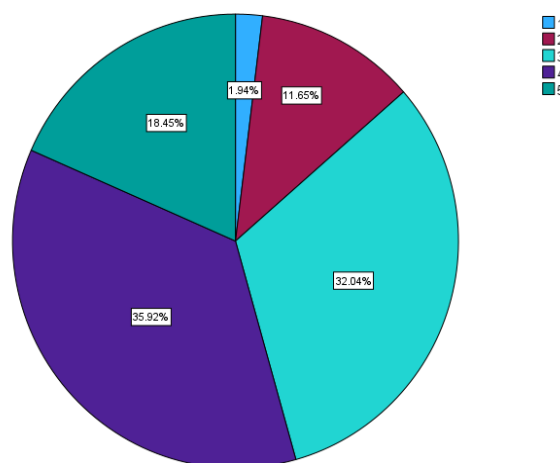
*¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿Está dentro de lo propuesto en su Meta Anual?*

	N	%
1	2	1.9%
2	12	11.4%
3	33	31.4%
4	37	35.2%
5	19	18.1%

Nota: La tabla 14, muestra en qué medida el visitador médico considera su índice de ventas y si está dentro de lo propuesto en su meta anual.

**Figura 14**

*¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿Está dentro de lo propuesto en su Meta Anual?*



Según los resultados se puede determinar que un 35.2% considera que el índice de sus ventas dentro de lo propuesto en su meta anual es alto, seguido por un 31.4%

que considera que la medida es normal, asimismo el 18.1% considera que la medida es muy alta, por lo que podemos deducir que los colaboradores piensan en su mayoría que su índice de ventas si está dentro de la meta anual, mientras que un número también significativo lo considera normal estando no tan seguros de lograr la meta, esto divide las perspectivas del visitador en cuanto al logro de la ventas, las cuales pueden estar influenciadas en la modalidad de trabajo.

**Tabla 15**

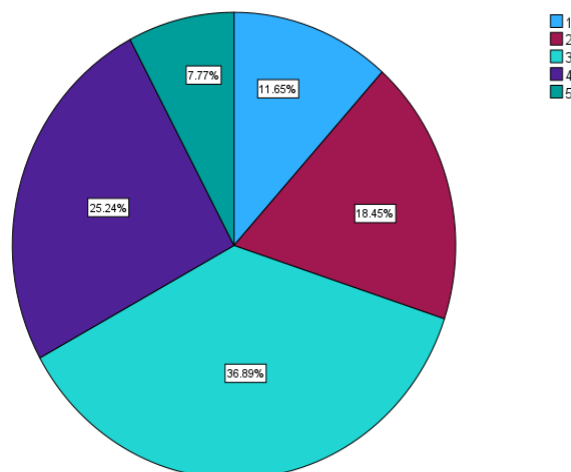
*Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar Trabajo Híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de Prescripciones Emitidas por sus médicos aumentan?*

	N	%
1	12	11.4%
2	19	18.1%
3	38	36.2%
4	26	24.8%
5	8	7.6%

Nota: La tabla 15, muestra en qué medida el visitador médico considera su índice de ventas y si está dentro de lo propuesto en su meta anual.

**Figura 15**

*Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar Trabajo Híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de Prescripciones Emitidas por sus médicos aumentan?*



Los resultados determinan que un 36.2% considera que están de acuerdo con que la cantidad de prescripciones emitidas por los médicos aumentaría en un nivel normal, seguido por un 24.8% que lo considera en un nivel alto además un 18.1% considera que aumentaron las prescripciones en un nivel bajo. Con esto se entiende que los colaboradores piensan que, de elegir un día a la semana para realizar trabajo híbrido, las prescripciones emitidas por sus médicos no aumentarían ni disminuirían con lo que se refleja que no están seguros de las repercusiones del trabajo híbrido.

**Tabla 16**

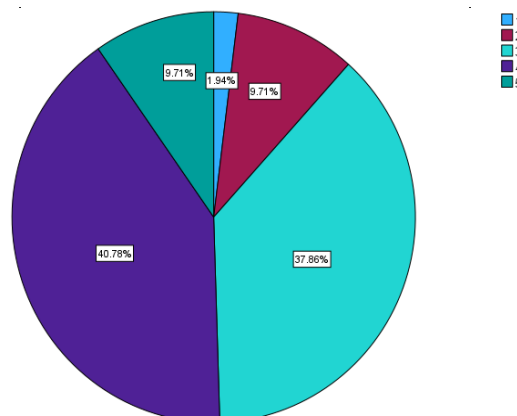
*Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de Participación de Mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?*

	N	%
1	2	1.9%
2	10	9.5%
3	39	37.1%
4	42	40.0%
5	10	9.5%

Nota: La tabla 16, muestra en qué medida el visitador médico considera que los resultados de participación en el mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia.

**Figura 16**

*Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de Participación de Mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?*



Los resultados determinan que un 40% considera en un nivel alto con que los resultados de participación de mercado sufrieron una variación frente a periodos prepandemia, por el contrario, solo el 11.4% lo considera en un nivel bajo y muy bajo en sumatoria. Con esta información podemos determinar que los tiempos de pandemia han afectado a los resultados económicos y de ventas de las empresas farmacéuticas y por ende de los resultados de los visitantes médicos.

**Tabla 17**

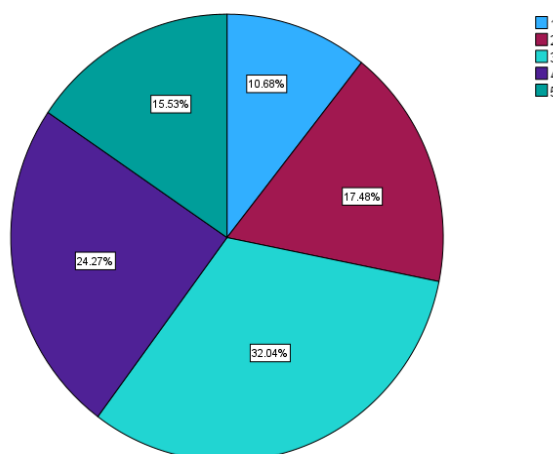
*¿En qué medida, considera usted importante poder realizar Trabajo Híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las Muestras Médicas del almacén?*

	N	%
1	11	10.5%
2	18	17.1%
3	33	31.4%
4	25	23.8%
5	16	15.2%

Nota: La tabla 17, muestra en qué medida el visitador médico considera importante realizar trabajo híbrido y tener tiempo para recoger las muestras médicas del almacén.

**Figura 17**

*¿En qué medida, considera usted importante poder realizar Trabajo Híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las Muestras Médicas del almacén?*



Según los resultados se puede determinar que, el 31.4% considero en un rango normal la importancia de realizar trabajo híbrido para tener tiempo de recoger las



muestras médicas del almacén, por otro lado el 23.8% considera en un rango alto la importancia de realizar trabajo híbrido para tener tiempo de recoger las muestras médicas del almacén, al extremo opuesto el 10.5% lo considera en un rango muy bajo, por lo que se puede interpretar que para la mayoría de trabajadores su respuesta neutra y que no contribuye o dificulta la tarea de recoger muestras médicas del almacén.

**Tabla 18**

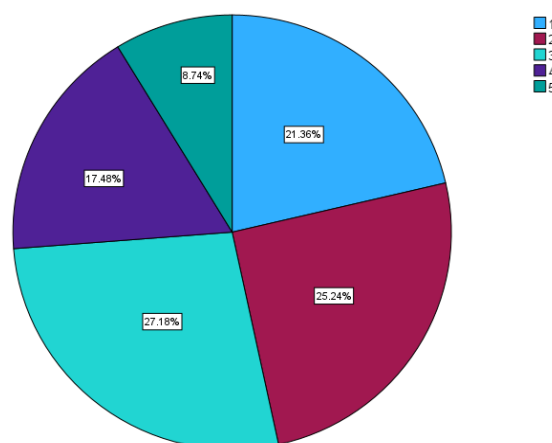
*¿En qué medida considera usted que le resulta fácil lograr una "Visita" por video llamada?*

	N	%
1	22	21.0%
2	26	24.8%
3	28	26.7%
4	18	17.1%
5	9	8.6%

Nota: La tabla 18, muestra en qué medida el visitador médico considera que le resulta fácil lograr una visita mediante video llamada.

**Figura 18**

*¿En qué medida considera usted que le resulta fácil lograr una "Visita" por video llamada?*



Con los resultados se puede determinar que un 24.8% considera que le resulta fácil lograr una visita por video llamada en un rango bajo, asimismo el 21% lo considera

en un rango muy bajo, por lo que sumando estos resultados, se puede tener que casi la mitad de los encuestados cree que dicha facilidad es baja o muy baja. Se puede concluir que para los visitantes médicos realizar sus visitas por videollamada no son fáciles ni eficientes debido a lo complicado de coincidir con el médico y a lo impersonal que puede resultar.

**Tabla 19**

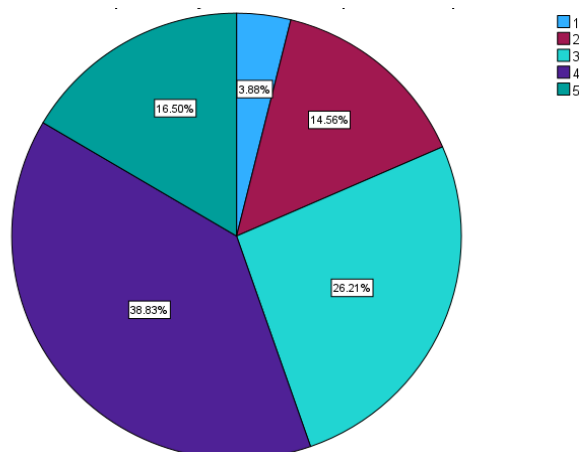
*Ante una eventualidad que dificulta salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida considera usted que el Trabajo Híbrido es una opción de reemplazo eficiente?*

	N	%
1	4	3.8%
2	15	14.3%
3	27	25.7%
4	40	38.1%
5	17	16.2%

Nota: La tabla 19, muestra en qué medida el visitador médico considera que el trabajo híbrido es una opción eficiente de reemplazo ante la dificultad de realizar visitas presenciales.

**Figura 19**

*Ante una eventualidad que dificulta salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida considera usted que el Trabajo Híbrido es una opción de reemplazo eficiente?*



Con los resultados se puede determinar que un 38.1% considera en un rango alto que ante una eventualidad es una opción eficiente reemplazar las visitas presenciales

por trabajo híbrido, por otro lado, solo el 3.8% lo considera en un rango muy bajo. Se puede concluir que los visitadores médicos tomarían como opción de reemplazo el trabajo híbrido sólo en casos excepcionales mas no como una opción permanente ya que esto limita la cercanía con sus clientes los médicos.

**Tabla 20**

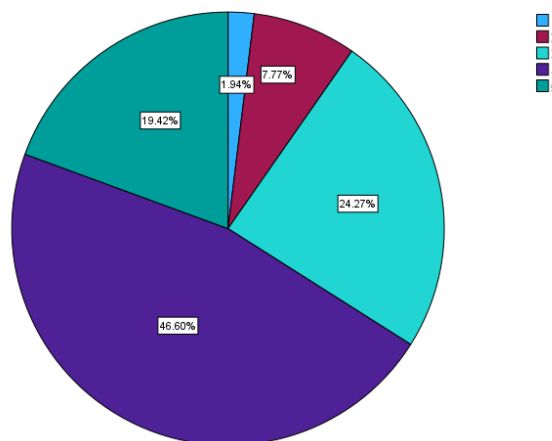
*¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que debe realizar por día?*

	N	%
1	2	1.9%
2	8	7.6%
3	25	23.8%
4	48	45.7%
5	20	19.0%

Nota: La tabla 20, muestra en qué medida el visitador médico califica la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que realiza por día.

**Figura 20**

*¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que debe realizar por día?*



En el gráfico número 20 podemos observar que un 46% cumple en su mayoría con la frecuencia de visita de sus contactos y solo el 20% cumple con toda la frecuencia de visita. Esto quiere decir que hay un casi 80% de visitadores que en ciertos casos

no llegan al 100% de la cobertura, ya sea por tiempo, disponibilidad del médico, actividades o temas personales. De esta manera podemos interpretar que la visita remota podría ser una alternativa para ciertos casos y reducir el margen de visitas no realizadas.

### 5.7.1.1 Análisis ligados a las hipótesis

**Tabla 21**

*Hipótesis principal*

Trabajo Híbrido	Correlación de Pearson	1	.664
	Sig. (bilateral)		.000
	N	103	103
Resultado de ventas	Correlación de Pearson	.664	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	103	103

En la presente investigación, se determinó el nivel de correlación entre las variables de estudio. Aplicando el índice de correlación de Pearson. El resultado obtenido es de .664 % es decir 66% con una significancia bilateral de Sig=0.000.

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Si se considera la escala del coeficiente de correlación anterior, se afirma lo siguiente:  
 Se demuestra que existe una relación significativa entre la variable trabajo híbrido y resultados de venta del visitador médico.

**Tabla 22**

*Hipótesis específica 1*

Trabajo Híbrido	Correlación de Pearson	1	.453
	Sig. (bilateral)		.000
	N	103	103
Monto Final de cuota	Correlación de Pearson	.453	1
	Sig. (bilateral)	.000	

En la presente investigación, se determinó el nivel de correlación entre las variables de estudio. Aplicando el índice de correlación de Pearson. El resultado obtenido es de 0.45 % es decir 45% con una significancia bilateral de Sig=0.000.

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Si se considera la escala del coeficiente de correlación anterior, se afirma lo siguiente:  
 Se demuestra que existe una relación moderada entre la variable trabajo híbrido y la variable monto final de cuota.

**Tabla 23**

*Hipótesis específica 2*

Trabajo Híbrido	Correlación de Pearson	1	.433**
	Sig. (bilateral)		.00
	N	103	103
Prescripciones	Correlación de Pearson	.433**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	103	103

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la presente investigación, se determinó el nivel de correlación entre las variables de estudio. Aplicando el índice de correlación de Pearson. El resultado obtenido es de 0.43 % es decir 43.3% con una significancia bilateral de Sig=0.000.

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Si se considera la escala del coeficiente de correlación anterior, se afirma lo siguiente:  
Se demuestra que existe una relación moderada entre trabajo híbrido y prescripciones médicas.

**Tabla 24**

*Hipótesis específica 3*

Trabajo Híbrido	Correlación de Pearson	1	.613**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	103	103
Cobertura de visitas	Correlación de Pearson	.613**	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	103	103

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la presente investigación, se determinó el nivel de correlación entre las variables de estudio. Aplicando el índice de correlación de Pearson. El resultado obtenido es de 0.61 % es decir 61.3% con una significancia bilateral de Sig=0.000.

0.00 – 0.20 Relación muy baja

0.21 – 0.40 Relación baja

0.41 – 0.60 Relación moderada

0.61 – 0.80 Relación significativa

0.81 – 1.00 Relación muy significativa

Si se considera la escala del coeficiente de correlación anterior, se afirma lo siguiente:

Se demuestra que existe una relación significativa entre trabajo híbrido y cobertura de visitas.



## **CAPÍTULO VI: DESARROLLO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN**

### **6.1 Alcance esperado**

Lo que se busca con esta investigación es determinar la influencia y los principales inconvenientes que tienen los visitantes médicos con respecto al trabajo híbrido. Ya que, sabemos que el trabajo remoto es una vía de trabajo que llegó para quedarse y por ende, necesitamos que los colaboradores de la empresa la vean como una opción productiva y de fácil acceso sin disminuir su rendimiento en las ventas u otro sistema de medición como el DDD (resultados del mercado frente a los competidores). A su vez sabemos que no solo Megalabs implementó esta nueva modalidad durante la cuarentena sino también el resto de los laboratorios. Buscamos brindar a la empresa la alternativa más productiva para aplicar el trabajo híbrido a sus colaboradores sin generar estrés ni presión laboral sino todo lo contrario, generar una alternativa de visita médica para explotar al máximo las capacidades de cada colaborador sin incumplir el reglamento de la empresa. De manera genérica vamos a saber qué opina el colaborador del trabajo híbrido, de la visita presencial, de qué plataforma se puede utilizar. Si es una opción que definitivamente se tiene que aplicar o si es una alternativa.

### **6.2 Descripción de la propuesta de innovación**

Nuestra propuesta de innovación se basa en desarrollar capacitaciones y coaching a los visitantes médicos de la empresa Megalabs en técnicas de ventas virtuales. El objetivo es poder realizar una correcta visita virtual diferente a la presencial para no generar incomodidad al cliente ni al visitador mismo. Ya que, según los resultados, más del 80% de colaboradores coinciden en que lo mejor es poder trabajar de manera presencial. Sin embargo, esa misma cantidad ve con buenos ojos la alternativa de poder tomar la decisión de realizar un día de trabajo remoto por distintos motivos para poder cumplir con sus objetivos. En la época de pandemia la

visita virtual fue la única alternativa para poder trabajar, pero al no tener experiencia en esta técnica de visita se cometieron muchos errores como encasillar al médico a descargar un tipo de aplicativo especial generando incomodidad y volviéndose una alternativa complicada. La idea de esta propuesta es cambiar la perspectiva que tiene el visitador médico acerca de la visita virtual y la vea como una opción para potenciar sus resultados. La plataforma que sugerimos es zoom en la cual se puede proyectar, ver al cliente, y con un link el acceso es muy sencillo. La plataforma cuenta con la opción para grabar la visita virtual y esta va a la galería de la computadora o teléfono como archivo. Para poder reportar la visita virtual y el laboratorio pueda tener un correcto control, dichos links serán enviados de manera diaria como reporte para su revisión en caso sea requerida por los jefes. Tiene que ser una alternativa de solución para potenciar los resultados y no para descansar.

### **6.3 Diagnóstico situacional**

El contexto de la pandemia llevó a que muchos laboratorios implementen la modalidad del trabajo remoto de manera radical, cambiando así el estilo tradicional de trabajo por personas que vienen desempeñándose en el puesto inclusive hasta por más de 20 años. De esta manera los visitadores médicos de la empresa Megalabs tuvieron que adaptarse a nuevas plataformas para poder seguir cumpliendo con sus labores y objetivos trazados. Sin embargo, al principio no parecía tan complicado, pero con el pasar de las semanas empezaron a surgir inconvenientes para poder lograr la visita médica.

El médico pierde disposición de atención a los representantes médicos, ya que se sienten incómodos con ciertas nuevas modalidades de trabajo, como lo son las constantes llamadas telefónicas que reciben en momentos no propicios.

La falta de capacitación y manejo en el uso de plataformas digitales, por los visitantes médicos que bordean los 40 años en adelante y a raíz de la nueva modalidad de trabajo a causa de la pandemia se tiene que recurrir a estas herramientas para poder realizar la visita al médico y proyectar los productos por este medio.

### **6.3.1 Misión**

Ofrecer las mejores soluciones terapéuticas para contribuir con la salud de las demás personas. Trabajando con estándares de calidad y entendiendo los requerimientos de todos los pacientes a nivel nacional.

### **6.3.2 Visión**

Convertirse en la compañía farmacéutica líder, enfocada en impulsar el portafolio de productos de avanzada en todo el país donde se ha conseguido la posición de liderazgo y en escenarios que ya conforman una parte importante de la actividad.

### **6.3.3 Valores**

- Priorizar el lado humano
- Respeto, inclusión y diversidad
- Desarrollo de líderes
- Promover la participación
- Fomentar el diálogo
- Aprender de los errores

## 6.4 Procedimiento para la propuesta de mejora

### 6.4.1 Planteamiento Matriz FODA

Tabla 25

Matriz FODA

<b>Matriz FODA cruzado</b>	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversas alternativas de plataformas digitales</li> <li>• Muchos médicos siguen atendiendo de manera virtual</li> <li>• Personal interno de la empresa con comorbilidades que tienen buen desempeño laboral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Médicos disconformes con la visita virtual</li> <li>• Estrategias por parte de los competidores para realizar trabajo remoto</li> <li>• Falta de acceso de algunos clientes a estas plataformas</li> </ul>
<b>Fortalezas</b>	<b>FO (Fortalezas - oportunidades)</b>	<b>FA (Fortalezas - amenazas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresa con gran soporte financiero</li> <li>• Personal con aptitudes para desarrollo de trabajo remoto</li> <li>• Marca reconocida a nivel latinoamericano</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gracias al soporte financiero se pueden adquirir capacitaciones y expertos en coaching de trabajo remoto para capacitar al personal y lograr una visita remota altamente efectiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer a los principales médicos objetivos los beneficios de poder realizar eventualmente una visita virtual en Megalabs frente a la competencia.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>DO (Debilidades - oportunidades)</b>	<b>DA (Debilidades - Amenazas)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de experiencia en plataformas digitales</li> <li>• Falta de capacitación en visita remota</li> <li>• Poco control en trabajo remoto a diferencia del presencial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Al ser un nuevo tema de aprendizaje el cual sirve para mejorar la comodidad de todas las personas potenciando su desempeño, la capacitación será aprovechada al 100%.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fortalecer nuestras debilidades como la falta de capacitación para poder llevar al médico una correcta información y convencerlo de que la visita remota con Megalabs es diferente.</li> </ul>

**Tabla 26**

Objetivo 1

<b>Objetivo 1: Capacitar al personal de Megalabs en métodos efectivos de visita virtual</b>								
<b>Plan de acción</b>	<b>Actividad del plan de acción</b>	<b>Indicador de logro</b>	<b>Meta</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de término</b>
Capacitar a los visitadores médicos en realizar una visita virtual efectiva.	Capacitaciones con role plays al culminar	Cantidad de visitas virtuales realizadas	100% de los visitadores médicos de Megalabs	Revisión de visitas virtuales grabadas por parte del visitador al médico gracias a la plataforma zoom	Soporte financiero para poder contar con un especialista	Jefe de capacitaciones	15/01/2023	15/02/2023
Crear horarios para realizar capacitaciones presenciales sin afectar el horario del visitador médico	Doble horario de capacitación en la mañana y por la tarde para poder lograr mayor afluencia	Cantidad de asistentes a la capacitación virtual	80% de los visitadores médicos de Megalabs	Ficha de conformidad en la cual el visitador certifica haber realizado la capacitación virtual	Supervisores de ventas que pueden agrupar a sus equipos para asistir a las capacitaciones	Gerencia de mkt y ventas	15/01/2023	15/02/2023
Grabar las capacitaciones virtuales en el portal Sophy donde los visitadores pueden acceder para revisar y practicar en los tiempos que mejor le parezca	Crear una pestaña en Sophy en la cual se cuelguen las capacitaciones grabadas	Cantidad de accesos al portal de Sophy en la pestaña donde son grabadas	80% de accesos a las grabaciones de las capacitaciones	Examen virtual de 10 preguntas acerca de la información dada en la capacitación	Plataforma digital (Sophy)	Jefe de capacitaciones	15/01/2023	15/02/2023

**Tabla 27**

Objetivo 2

<b>Objetivo 2: Recuperar participación de mercado y cobertura</b>								
<b>Plan de acción</b>	<b>Actividad del plan de acción</b>	<b>Indicador de logro</b>	<b>Meta</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Recursos</b>	<b>Responsable</b>	<b>Fecha de inicio</b>	<b>Fecha de término</b>
Aplicar el trabajo híbrido con los visitadores médicos dándole la potestad de utilizarlo máximo 1 vez por semana a libre elección.	Cada visitador le indicará a su respectivo supervisor el día que decida hacer trabajo remoto para poder ser controlado.	Cantidad de visitadores médicos que aplicaron un día a la semana remoto	Obtener un máximo de 5% de margen de error en cobertura	Reportes en Sigma	Plataforma virtual Supervisores	Supervisores	01/03/2023	31/05/2023
Brindar avance de cobertura semanal y prescripciones detalladas de manera mensual.	al ver la cobertura actualizada podrán ir a buscar a los médicos que están dejando de ver. Y las prescripciones para ver los médicos más importantes.	comparación de cobertura y prescripción con respecto al mes anterior	Aumentar las prescripciones y ganar participación de mercado frente a nuestros principales competidores	Analyzer Close up	Plataforma virtual	Supervisores Área de ventas Sistemas	01/03/2023	31/05/2023
Seleccionar los médicos categoría A1 y A2 para mejorar la frecuencia de visita y a los que no se han podido visitar para aplicar el trabajo remoto con ellos.	Médicos de dicha categoría los 3 veces al mes. Solicitar citas de videollamada para los médicos que no podemos visitar.	Reportes en sigma de visita y cantidad de visitas remotas realizadas	Realizar un trabajo más inteligente y menos cargado sabiendo que médicos ver	Sigma y DDD	lq via Analyzer	Supervisores Vendedores	01/03/2023	31/05/2023

## 6.5 Presupuesto

**Tabla 28**

*Presupuesto del Plan de acción 1*

Actividad	Rubro de gastos		Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total Rubro	Total (\$/)
<b>Plan de acción 1</b> - Capacitar a los visitadores médicos en realizar una visita virtual efectiva - Crear horarios para realizar capacitaciones presenciales sin afectar el horario del visitador médico - Grabar las capacitaciones virtuales en el portal Sophy donde los visitadores pueden acceder para revisar y practicar en los tiempos que mejor le parezca.	Servicios	Movilidad	Sesiones	8	S/ 80	S/ 640	S/ 9,440.00
		Refrigerio	Sesiones	8	S/ 500	S/ 4,000	
	Personal	Capacitador	Sesiones	8	S/ 600	S/ 4,800	

**Tabla 29**

*Presupuesto del Plan de acción 2*

Actividad	Rubro de gastos		Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total Rubro	Total (S/)
<p><b>Plan de acción 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aplicar el trabajo híbrido con los visitadores médicos dándole la potestad de utilizarlo máximo 1 vez por semana a libre elección.</li> <li>- Brindar avance de cobertura semanal y prescripciones detalladas de manera mensual.</li> <li>- Seleccionar los médicos categoría A1 y A2 para mejorar la frecuencia de visita y a los que no se han podido visitar para aplicar el trabajo remoto con ellos.</li> </ul>	Servicios	Plataforma digital Analyzer	Reportes	6	\$10 000	\$30 000	\$30 000
		Data Iqvia	Reportes	6	-	-	
	Personal	Supervisores Visitadores Jefe de sistemas Analista comercial	Reportes	6	-	-	



## CONCLUSIONES

Con respecto a la hipótesis general, se obtiene que el trabajo híbrido influencia de manera significativa en los resultados de ventas de los visitadores médicos con una correlación de Pearson de 66% un resultado significativo y que se tiene que tomar en cuenta. Los trabajadores demuestran que el trabajo híbrido ha influido en su índice de evolución abriendo así una oportunidad de mejora que permita al representante médico captar mayor participación de mercado si es que se le da las herramientas necesarias para potenciar este método de trabajo y obtener buenos resultados de ello.

Con respecto a la primera hipótesis específica, se puede apreciar que la modalidad de trabajo híbrido influye de manera moderada en el monto final de cuota de los visitadores médicos de Megalabs en el año 2022. En base a ello, se puede concluir que las nuevas modalidades de trabajo que se siguen aplicando en la actualidad afectan de manera directa en el desempeño laboral del operario.

La segunda hipótesis específica corresponde a la influencia del número de prescripciones de los productos de los visitadores médicos por el trabajo híbrido, la mayoría considera que en el caso de que el laboratorio implemente un día a la semana este método de trabajo sus prescripciones aumentarían, dejando en claro que el trabajo remoto junto con el trabajo presencial ayudaría no solo a optimizar tiempo y dinero, sino a poder abarcar mayor participación de mercado.

Por último, la tercera hipótesis específica menciona cómo el trabajo híbrido afecta en el promedio del número de visitas médicas (cobertura) de los representantes médicos. Para la gran mayoría, ven como una opción viable el uso del trabajo remoto ya que ayuda al representante médico a poder captar a médicos que estén de viaje o no atiendan de manera presencial a sus pacientes, de esta forma no se ve afectada el promedio de visitas médicas que realizan de manera diaria y no se pierde el contacto con los profesionales de la salud.

## RECOMENDACIONES

En primera instancia, se recomienda que los representantes médicos de Megalabs todavía cuenten con la opción de seguir contactando a los profesionales de salud desde sus hogares, ya que gran parte de ellos consideran que sus resultados ventas han sido afectados por el método de trabajo híbrido y les es tedioso poder completar su cobertura diaria en caso tengan que ir a recoger su material promocional y muestras médicas a almacén. Este último proceso mencionado les quita tiempo y es por eso que se recomienda el uso ocasional del trabajo híbrido.

Es vital que el representante médico trabaje de manera presencial, ya que mucho de los doctores y profesionales de la salud no están capacitados para poder recibir una visita médica de manera remota, sin embargo, que se le habilite la opción de poder trabajar de manera híbrida repercutirá en el estado de ánimo del equipo y junto a un cronograma de actividades semanales autorizado por el jefe directo hará que sus resultados de ventas a la larga mejore, como ha ido mejorando en los años anteriores.

Se recomienda que la autonomía para distribuir la carga laboral entre trabajo presencial y trabajo remoto se mantenga, debido a que el equipo de trabajo siente que tienen mayor flexibilidad como cuando pueden variar su hoja de ruta de visitas diarias y a qué médico pueden visitar de forma presencial o remota, esto junto al reporte del registro de visita médicas en tiempo real permiten que haya un mayor control del área y se mantengan los resultados. Además, esto les permite que tengan mayor efectividad respecto a su agenda de trabajo.

Se considera necesario que se aumente la frecuencia de las capacitaciones de manera virtual al personal del equipo de trabajo ya que un incremento en los contagios por casos de COVID 19 está azotando nuevamente en nuestro país y puede que los operarios de la empresa se vean afectados, por lo que se considera recomendable el aumento de las capacitaciones virtuales. La presencialidad para las capacitaciones virtuales no es tan

necesaria para estos casos y no sé considera que el índice de evolución de los trabajadores haya variado por la implementación del trabajo híbrido.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Bazán, A., & Pocomucha, J. (2021). Trabajo remoto y rendimiento laboral del colaborador del área de ventas en Teleatento del Perú S.A.C., Ate 2021. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84392/Baz%  
c3%a1n\\_SAV-Pocomucha\\_MJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84392/Baz%c3%a1n_SAV-Pocomucha_MJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Blanca, C., & Anacleto, V. (2005). El despido en el derecho laboral peruano. Grupo Lex 6 Luris.
- Chirinos, E., & Panta, A. (2014). Potencial del teletrabajo en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/112/1/TL\\_ChirinosAitaEls  
a\\_PantaEscurreAngela.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/112/1/TL_ChirinosAitaElsa_PantaEscurreAngela.pdf)
- Correa, R. (2021). Trabajo remoto y estrés laboral de los colaboradores de una empresa de venta de seguros de salud, Chiclayo 2021. [Tesis de maestría, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. [https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3856/1/TM\\_CorreaNorieg  
aRosita.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/3856/1/TM_CorreaNoriegaRosita.pdf)
- De la Garza, E. (2000). Tratado Latinoamericano de sociología del trabajo. Fondo de Cultura Económica. <https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/51932.pdf>
- Ensignia, J., & Yáñez, S. (1999). Sindicalismo, género y flexibilización en el Mercosur y Chile. Inserción laboral femenina. Centro de estudios de la mujer. [https://cem.cl/sindicalismo-genero-y-flexibilizacion-en-el-mercosur-  
y-chile-insercion-laboral-femenina-fundacion-ebert-centro-de-estudios-de-  
la-mujer-jaime-ensignia-sonia-yanez-editores-santiago-de-chile-199/](https://cem.cl/sindicalismo-genero-y-flexibilizacion-en-el-mercosur-y-chile-insercion-laboral-femenina-fundacion-ebert-centro-de-estudios-de-la-mujer-jaime-ensignia-sonia-yanez-editores-santiago-de-chile-199/)

Florián, R. (2017). Relación entre promoción farmacéutica y prescripción de medicamentos en Perú [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1458dea9-bdfd-4305-ae8f-e6ad01871d62/content>

Ginés, A., & Gálvez, S. (2016). Sharing economy vs. Uber economy y las fronteras del derecho del trabajo: la (des)protección de los trabajadores en el nuevo entorno digital. *InDret Revista para el análisis del derecho.* (1), 1-44.

<https://www.raco.cat/index.php/InDret/article/download/305692/395570/>

Infomercado. (2022, 20 de julio). El 73% de las empresas peruanas en 2022 optará por el trabajo híbrido. <https://infomercado.pe/el-73-de-las-empresas-peruanas-en-2022-optara-por-el-trabajo-hibrido/>

Lema, S. (2015). Acceso a los medicamentos: las patentes y los medicamentos genéricos. Las consecuencias de considerar al medicamento como un 53 bien de mercado y no social. *Rev Bio y Der.* 34 (1), 81-89.

<http://scielo.isciii.es/pdf/bioetica/n34/articulo7.pdf>

López, D. (2007, marzo). Mitos, alcances y perspectivas de la flexibilización laboral: un debate permanente. Labouragain Publications.

<https://iisg.nl/labouragain/documents/lopez-flexibilizacion.pdf>

Marrodán, M. (2015). El marketing de la industria farmacéutica: cómo comunicar sin publicidad componentes para una estrategia efectiva [Tesis de pregrado, Universidad del Salvador].

<https://racimo.usal.edu.ar/3949/1/P%C3%A1ginas%20desde500024281-El%20marketing%20de%20la%20industria%20farmac%C3%A9utica.pdf>

Martínez, R. (2012). El teletrabajo como tendencia del mercado laboral. *Retos II,* (4), 143-156.

<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/5970/El%20Teletrabajo>

[%20como%20tendencia%20del%20Mercado%20Laboral.pdf?sequence=1&isAllowed=y](#)

Méda, D. (2007). ¿Qué sabemos sobre el trabajo? Revista de Trabajo, 3 (4), 17-32. [http://polsocytrabiigg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/152/2021/09/Meda\\_Que-sabemos-del-trabajo\\_RevistaMT.pdf](http://polsocytrabiigg.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/152/2021/09/Meda_Que-sabemos-del-trabajo_RevistaMT.pdf)

Montalvo, J. (2020). Teletrabajo: modalidad en expansión. Enfoques Jurídicos, (2), 121-133. <https://enfoquesjuridicos.uv.mx/index.php/letrasjuridicas/article/view/2550/4441>

Neffa, J. (2003). El trabajo humano contribuciones al estudio de un valor que permanece. Asociación Trabajo y Sociedad : CEIL-PIETTE. <http://www.ceil-conicet.gov.ar/wp-content/uploads/2022/04/Neffa-Julio-El-trabajo-humano-2003.pdf>

Organización de las Naciones Unidas. (2022, 22 de julio). La pandemia de COVID-19 no está ni mucho menos acabada (OMS). <https://unric.org/es/la-pandemia-de-covid-19-no-esta-ni-mucho-menos-acabada-oms/>

Organización Internacional del Trabajo (s.f.). Las plataformas digitales de trabajo. <https://www.ilo.org/global/topics/non-standard-employment/crowd-work/lang--es/index.htm>

Pariñas, V. (2022). Estrategias del marketing farmacéutico y las prescripciones del profesional de la salud en Lima 2019. Gestión en el Tercer Milenio, 25 (49), 11-16. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/artic le/view/23042/18163>

Porcel, J. (2021). Trabajo remoto y el desempeño laboral en el contexto COVID 19 en un distrito judicial - Cusco. [Tesis de pregrado, Universidad César

Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73729/Porcel\\_LJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/73729/Porcel_LJ-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rabanal, J. & Tantaleán, D (2021). Influencia del marketing farmacéutico en el consumo de medicamentos OTC en usuarios de Farmacias y Boticas del barrio San Sebastián, Cajamarca 2020. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo].  
<http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/1739>

Ramos, V., Ramos, C., & Tejera, E. (2020). Teletrabajo en tiempos de COVID-19. Revista Interamericana de Psicología, 54 (3), 1-29.  
<https://journal.sipsych.org/index.php/IJP/article/view/1450/1034>  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84392/Baz%20c3%a1n\\_SAV-Pocomucha\\_MJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/84392/Baz%20c3%a1n_SAV-Pocomucha_MJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Rodríguez, N. (2021). Definición de estrategia de trabajo en casa en empresas del sector comercial en la pandemia y en la post pandemia (COVID19) [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Colombia].  
<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/27213/1/DEFINICION%20DE%20ESTRATEGIA%20DE%20TRABAJO%20EN%20CASA%20EN%20EMPRESAS%20DEL%20SECTOR%20COMERCIAL%20EN%20LA%20PANDEMIA%20Y%20EN%20LA%20POSPANDEMIA%20%28COVID-19%29--.pdf>

Saltos, R. (2015). Estrategias de ventas para la industria farmacéutica multinacional Pfizer como medio de incremento de pedidos en la zona centro de la ciudad de Guayaquil. [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil].  
<http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/692/1/T-ULVR-0632.pdf>

Tello, G. (2017). La fuerza de ventas como factor determinante de la competitividad en un laboratorio farmacéutico en Lima Metropolitana [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola].

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/03200da4-3954-47e7-a271-8929d4ec181b/content>

Vashi, N., & Latkowski, J. (2012). The ethics of the medical-pharmaceutical relationship [La ética de la relación médico-farmacéutica]. *Clinics in dermatology*, 30 (2), 188–191.  
<https://doi.org/10.1016/j.clindermatol.2011.06.006>



## ANEXOS

### Anexo 1: Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA						
TÍTULO: <b>TRABAJO HÍBRIDO Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS DE VENTAS DEL VISITADOR MÉDICO EN MEGALABS. AÑO 2022.</b>						
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	<b>V.1 Trabajo Híbrido</b>			
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Dimensiones	Indicadores		
¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022?	Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	La modalidad de trabajo híbrido influye en los resultados de ventas a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	Autonomía	Distribución de carga laboral en casa y en campo	1	¿En qué medida, considera usted que es importante realizar un cronograma de actividades semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?
					2	¿En qué medida, considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre trabajo presencial y er trabajo remoto?
				Registro virtual de visitas en tiempo real	3	¿En qué medida, considera usted que el registro virtual de visitas en tiempo real contribuye con el monitoreo y control del área comercial?
			Flexibilidad	Hoja de ruta de visitas	4	¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de ruta de visitas?
				Manejo efectivo de agendas	5	¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a que médicos visitar de forma presencial y a que médicos visitar de forma virtual?
			Manejo responsable del tiempo	Visitas realizadas durante el día	6	¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de manera efectiva su agenda?
				Cantidad de horas en trabajo virtual	7	¿En qué medida, considera usted importante las visitas presenciales a los médicos?
					8	¿En qué medida, considera usted que son efectivas las "visitas" mediante llamada telefónica, msj o chat a los médicos?
					9	¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando trabajo híbrido?
				Horas de capacitación en casa	10	¿Qué rango, le daría usted a la frecuencia de capacitaciones virtuales que realiza la empresa?
<b>Problema específicos</b>	<b>Objetivos Específicos:</b>	<b>Hipótesis específicas:</b>	<b>V. 2 Resultados de ventas del visitador médico</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>		
¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los montos finales de venta de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022?	Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en los montos finales de venta a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	La modalidad de trabajo híbrido influye en el monto final de cuota de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	Monto final de cuota	Índice de evolución	11	¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?
				Resultado de ventas por periodo (DDD)	12	¿En qué medida, considera usted que sus resultados de ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la pandemia del COVID19?
					13	¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el trabajo híbrido puede obtener buenos resultados a optimizar tiempo y dinero?
					14	¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿está dentro de lo propuesto en su meta anual?
¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en las prescripciones a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022?	Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en el aumento o disminución de las prescripciones a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	La modalidad de trabajo híbrido influye en el número de prescripciones de los productos de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	Prescripciones	Cantidad de recetas emitidas por mes	15	Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar trabajo híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de prescripciones emitidas por sus médicos aumentarían?
				% de participación de mercado	16	Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de participación de mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?
				Autogestión de muestras	17	¿En qué medida, considera usted importante poder realizar trabajo híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las muestras médicas de almacén?
¿De qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en la cobertura de visitas a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022?	Explicar de qué manera la modalidad de trabajo híbrido influye en la cobertura de visitas a cargo de los visitadores médicos de MegaLabs en el año 2022	La modalidad de trabajo híbrido influye en el promedio del número de visitas médicas (cobertura) de los representantes médicos de MegaLabs en el año 2022	Cobertura de visitas	Visitas realizadas por mes	18	¿En qué medida, considera usted que le resulta fácil lograr una "visita" por video llamada?
				Cantidad de médicos visitados	19	Ante una eventualidad que dificulte salir a realizar visitas presenciales, ¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido es una opción de reemplazo eficiente?
				Cantidad de contactos realizados	20	¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos efectivamente realizados?

Anexo 2: Matriz de operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE!												
TÍTULO: TRABAJO HÍBRIDO Y SU INFLUENCIA EN LOS RESULTADOS DE VENTAS DEL VISITADOR MÉDICO EN MEGALABS. AÑO 2022.												
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	ESCALAS				
								1	2	3	4	5
V.1.: Trabajo Híbrido	Es una modalidad de trabajo que combina los aspectos del trabajo remoto y el trabajo en la oficina. Su principal característica es la flexibilidad y autonomía que ofrece a los empleados dentro del horario de trabajo.	Operacionalmente se entiende que el trabajo híbrido se orienta a tres dimensiones como la autonomía, la flexibilidad y el manejo responsable del tiempo.	Autonomía	¿En qué medida, considera usted que es importante realizar un cronograma de actividades semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato?	ORDINAL	1	CUESTIONARIO	MUY BAJO	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
				¿En qué medida, considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre trabajo presencial y en trabajo remoto?		2						
				¿En qué medida, considera usted que el registro virtual de visitas en tiempo real contribuye con el monitoreo y control del área comercial?		3						
			Flexibilidad	¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de ruta de visitas?		4						
				¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a que médicos visitar de forma presencial y a que médicos visitar de forma virtual?		5						
				¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de manera efectiva su agenda?		6						
			Manejo responsable del tiempo	¿En qué medida, considera usted importante las visitas presenciales a los médicos?		7						
				¿En qué medida, considera usted que son efectivas las "visitas" mediante llamada telefónica, msj o chat a los médicos?		8						
				¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando trabajo híbrido?		9						
				¿Qué rango, le daría usted a la frecuencia de capacitaciones virtuales que realiza la empresa?		10						
V.2.: Resultados de ventas del visitador médico	Es el objetivo final de la estrategia de marketing y publicidad, establecido por la empresa, de uno o más productos farmacéuticos orientados a los médicos e instituciones de salud.	Operacionalmente se entiende que los resultados de ventas del Visitador Médico se orientan a tres dimensiones como el monto final de la cuota, las prescripciones y la cobertura de visitas.	Monto final de cuota	¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?	ORDINAL	11	CUESTIONARIO	MUY BAJO	BAJO	NORMAL	ALTO	MUY ALTO
				¿Ante qué medida, considera usted que sus resultados de ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la pandemia del COVID19?		12						
				¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el trabajo híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar tiempo y dinero?		13						
				¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿está dentro de lo propuesto en su meta anual?		14						
			Prescripciones	Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar trabajo híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de prescripciones emitidas por sus médicos aumentarían?		15						
				Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de participación de mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?		16						
				¿En qué medida, considera usted importante poder realizar trabajo híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las muestras médicas de almacén?		17						
			Cobertura de visitas	¿En qué medida, considera usted que le resulta fácil lograr una "visita" por video llamada?		18						
				Ante una eventualidad que dificulte salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido es una opción de reemplazo eficiente?		19						
				¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos efectivamente realizados?		20						

### Anexo 3: Instrumento de recolección de datos

Sección 1 de 3

## Trabajo híbrido y resultados de ventas

**Consentimiento informado para participantes de la presente investigación**

El presente consentimiento informado tiene el propósito de proveer a los participantes información clara sobre su rol en la investigación y del instrumento que responderán a continuación.

El estudio es conducido por Diego Limo G., Massiel Purizaga C. y Maurizio Razzeto C., alumnos de Escuela ISIL.

La presente encuesta forma parte de un trabajo de investigación y servirá para determinar de qué manera el trabajo remoto influye en los resultados de ventas del visitador médico.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. Por ende, en caso acceda a participar, se le solicitará responder la siguiente encuesta que consta de 20 preguntas; esto tomará aproximadamente 10 minutos de su tiempo. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de esta investigación. Se agradece de antemano que se responda con total sinceridad. Las respuestas estarán orientadas a rangos, frecuencia y niveles que estarán en una escala donde 1 es Muy bajo, 2 Bajo, 3 Normal, 4 Alto y 5 Muy alto.

Si tiene alguna consulta relacionada al estudio, puede escribir a: [diego.limog@gmail.com](mailto:diego.limog@gmail.com). Cabe resaltar que puede retirarse en cualquier momento de la aplicación.

---

1.- ¿En qué medida, considera usted que es importante realizar un cronograma de actividades semanales para lograr los objetivos propuestos por su jefe inmediato ?

Muy bajo      1      2      3      4      5      Muy alto

---

2.- ¿En qué medida, considera usted que tiene autonomía para distribuir su carga laboral entre trabajo presencial y en trabajo remoto?

Muy bajo      1      2      3      4      5      Muy alto

---

3.- ¿En qué medida, considera usted que el registro virtual de visitas en tiempo real contribuye con el monitoreo y control del área comercial?

Muy bajo      1      2      3      4      5      Muy alto

4.- ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para variar su Hoja de ruta de visitas?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

5.- ¿En qué medida, cree usted que tiene flexibilidad para determinar a que médicos visitar de forma presencial y a que médicos visitar de forma virtual?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

6.- ¿En qué medida, considera usted que tiene flexibilidad para manejar de manera efectiva su agenda?

	1	2	3	4	5	
Muy baja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alta

7.- ¿En qué medida, considera usted importante las visitas presenciales a los médicos?

	1	2	3	4	5	
Muy baja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alta

8.- ¿En qué medida, considera usted que son efectivas las "visitas" mediante llamada telefónica, mensaje o chat a los médicos?

	1	2	3	4	5	
Muy baja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alta

9.- ¿En qué medida, preferiría usted seguir realizando trabajo híbrido?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

10.- ¿Qué rango, le daría usted a la frecuencia de capacitaciones virtuales que realiza la empresa?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

11.- ¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido ha influenciado en su índice de evolución en lo que va del presente año?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

12.- ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de ventas se vieron afectados a raíz de las nuevas modalidades de trabajo implementadas por la pandemia del COVID19?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

13.- ¿En qué rango, usted está de acuerdo con la siguiente afirmación: el trabajo híbrido puede obtener buenos resultados al optimizar tiempo y dinero?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

14.- ¿En qué medida, considera usted su índice de ventas? ¿está dentro de lo propuesto en su meta anual?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

15.- Si la empresa le da la opción de elegir un día a la semana realizar trabajo híbrido, ¿En qué rango, usted está de acuerdo en que la cantidad de prescripciones emitidas por sus médicos aumentarían?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

16.- Desde las restricciones de trabajo presencial ¿En qué medida, considera usted que sus resultados de participación de mercado sufrieron una variación considerable frente a periodos pre pandemia?

	1	2	3	4	5	
Muy baja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alta

17.- ¿En qué medida, considera usted importante poder realizar trabajo híbrido con tal de tener tiempo para poder recoger las muestras médicas de almacén?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

18.- ¿En qué medida considera usted que le resulta fácil lograr una "visita" por video llamada?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

19.- Ante una eventualidad que dificulte salir a realizar visitas presenciales. ¿En qué medida, considera usted que el trabajo híbrido es una opción de reemplazo eficiente?

	1	2	3	4	5	
Muy bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy alto

20.- ¿En qué medida, calificaría usted la frecuencia del cumplimiento de la cantidad de contactos que debe realizar por día?

	1	2	3	4	5	
Muy Bajo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy Alto

**Anexo 4: Validación de experto**

## **INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**

**I. DATOS GENERALES:**

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Lic. Juan Antonio Limo Degola
1.2. Cargo e institución del experto:	Visitador Médico – Gamma Visión
1.3. Nombre del instrumento:	Encuesta
1.4. Autor del instrumento:	Massiel Purizaga C. - Maurizio Razzeto C. - Diego Limo G.
1.5. Título de la investigación	Trabajo híbrido y su influencia en los resultados de ventas del visitador médico de Megalabs. Año 2022.

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:**

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					X
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					X
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					X
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					X
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					X
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					X
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					X
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					X
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					X
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					X
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						X

**PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO**

<b>INSTRUMENTO</b>	<b>SUFICIENTE</b>	<b>MEDIANAMENTE SUFICIENTE</b>	<b>INSUFICIENTE</b>
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12	X		
Item 13	X		
Item 14	X		
Item 15	X		
Item 16	X		
Item 17	X		
Item 18	X		
Item 19	X		
Item 20	X		

III. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

IV. **100%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

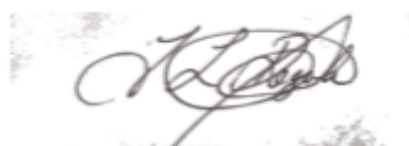
El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: Lima, 4 de noviembre del 2022

**Firma del experto**

DNI N.º 16400194





## INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

### I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto:	Dra. Roxana Alexandra Albarracin Aparicio
1.2. Cargo e institución del experto:	Docente – ISIL - UNMSM
1.3. Nombre del instrumento:	Encuesta
1.4. Autor del instrumento:	Massiel Purizaga C. - Maurizio Razzeto C. - Diego Limo G.
1.5. Título de la investigación	Trabajo híbrido y su influencia en los resultados de ventas del visitador médico de Megalabs. Año 2022.

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					x
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.					x
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					x
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica					x
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					x
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					x
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos					x
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					x
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					x
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					x
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						x

**PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO**

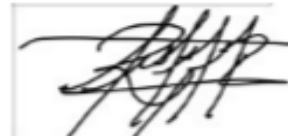
<b>INSTRUMENTO</b>	<b>SUFICIENTE</b>	<b>MEDIANAMENTE SUFICIENTE</b>	<b>INSUFICIENTE</b>
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12	X		
Item 13	X		
Item 14	X		
Item 15	X		
Item 16	X		
Item 17	X		
Item 18	X		
Item 19	X		
Item 20	X		

III. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

IV. 85 %. V: **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.



Lugar y fecha: Lima, 10/11/2022

Firma del experto

DNI N° 41981490